

**SIKAP BERBISNIS PEDAGANG PASAR RAYA MALLINDO
JL. GARUDA SAKTI PANAM PEKANBARU
TERHADAP CALON PEMBELI MENURUT
EKONOMI ISLAM**

SKIRIPSI

**Skripsi
Diajukan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Islam
(SE.Sy)**



Oleh

**NURZILA
NIM. 10725000011**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2013**

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Sikap berbisnis pedagang Pasar Raya Mallindo Jl. Garuda Sakti Panam Pekanbaru terhadap calon pembeli menurut ekonomi Islam”.

Dalam Islam berdagang merupakan perbuatan yang mulia, karena merupakan perwujudan dari tolong menolong dalam hal memenuhi kebutuhan orang lain. Dalam berdagang juga harus diperhatikan etika dan sikap bertransaksi dalam ekonomi Islam meliputi hal-hal sebagai berikut; jujur, ramah, sopan, tidak menjual barang diatas harga pasar dan bersikap longgar atau murah hati. Namun di Pasar Raya Mallindo terdapat beberapa etika yang dilakukan pedagang Pasar Raya Mallindo tidak sesuai dengan etika perdagangan dalam ekonomi Islam, seperti tidak bersikap ramah, tidak sopan dan mengambil keuntungan diatas harga pasar.

Adapun masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah Bagaimana Etika (sikap) pedagang Pasar Raya Mallindo terhadap calon pembeli?, Bagaimana tanggapan konsumen terhadap etika (sikap) pedagang Pasar Raya Mallindo?, Bagaimana pandangan ekonomi Islam tentang sikap pedagang Pasar Raya Mallindo terhadap calon pembeli?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk sikap pedagang terhadap calon pembeli. Mengetahui tanggapan konsumen terhadap etika (sikap) pedagang Pasar Raya Mallindo. Untuk mengetahui secara mendalam tentang etika (sikap) pedagang dalam Islam.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang dilakukan di Pasar Raya Mallindo Jl. Garuda Sakti Panam Pekanbaru. Teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, yaitu; mengamati dan memperhatikan secara langsung tentang etika pedagang Pasar Raya Mallindo, angket yaitu; menulis pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penulis ini, kemudian disebarkan kepada pedagang dan pembeli sebagai responden yang berkenaan dengan masalah yang diteliti. Metode yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini ialah dengan metode Deduktif, Induktif, Deskriptif.

Setelah mengadakan penelitian dengan mengumpulkan dan menganalisis data-data yang dibutuhkan serta ditegaskan dengan dalil-dalil yang berkaitan dengan

permasalahan, penulis dapat menyimpulkan bahwa Etika (sikap) pedagang Pasar Raya Mallindo ternyata ada sebagian karyawan dalam melayani pembeli bersikap tidak sopan santun, tidak bertutur kata ramah terhadap pelanggan, dan bersikap tidak adil. Tanggapan konsumen terhadap etika pedagang Pasar Raya Mallindo adalah masih ada karyawan yang tidak bersikap sopan santun, tidak bertutur kata ramah terhadap pelanggan, memperlakukan secara tidak adil dalam melayani pelanggan, dan pelanggan pernah merasa tersinggung dengan kata-kata/perbuatan pedagang Pasar Raya Mallindo dalam menawarkan barang dagangannya. Dalam pandangan Ekonomi Islam, sikap sebagian karyawan yang tidak sopan santun, tidak bertutur kata ramah, dan memperlakukan secara tidak adil dalam melayani pelanggan serta membuat konsumen merasa tersinggung bertentangan dengan etika bisnis Islam.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.....

Dengan mengucapkan segala puji syukur atas rahmad dan karunianya bagi Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Sikap Berbisnis Pedagang Pasar Raya Mallindo Jl. Garuda Sakti Panam Pekanbaru Terhadap Calon Pembeli Menurut Ekonomi Islam”.

Mulai perencanaan dan sampai penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapat bantuan, perhatian, bimbingan, motivasi, saran dan pikiran dari berbagai pihak yang penulis dapatkan, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ayahanda Ahmad Lawi dan ibunda Linda selaku orang tua penulis dan sangat penulis cintai, terima kasih atas kasih sayang dan do'a yang tidak henti-hentinya diucapkan kepada penulis serta motivasinya yang tidak ternilai harganya telah diberikan kepada penulis. Dan juga Adik penulis Eyi Sumitri dan Fami Romadi yang selalu menyayangi dan mendukung serta membuat hari-hari penulis penuh dengan canda tawa.
2. Bapak Prof. Dr. H. M. Nazir Karim selaku Rektor UIN Suska Riau beserta staf-stafnya.
3. Bapak Dekan Dr. H. Akbarizan, M.Ag, M.Pd beserta Pembantu Dekan I, II, III, Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

4. Mawardi, S.Ag, M. Si Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
5. Bapak Dermawan Tia Indrajaya, M.Ag Selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Universitas IslamNegeri Sultan Syarif Kasim Riau
6. M. Kastulani SH. MH. Selaku Penasehat Akademik, terima kasih atas waktu, ilmu dan motivasi yang telah diberikan.
7. Dr. H. Akbarizan, M.Ag, M.Pd Selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak/Ibu Dosen Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan dalam perkuliahan selama penulis kuliah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Bapak Hendra Maputra dan Istri selaku Pengelola Pasar Raya Mallindo yang telah memberikan kesempatan untuk mengadakan penelitian di Pasar Raya Mallindo.
10. Seluruh Staf dan Karyawan Pasar Raya Mallindo yang telah memberikan bantuan dalam mengumpulkan data dan informasi dalam penyusunan skripsi ini.
11. Seluruh saudara penulis yang selalu berdo'a dan mendukung dalam menyelesaikan perkuliahan penulis.

12. Terima kasih untuk teman-teman penulis Jurusan Ekonomi Islam lokal A Iin, Fatul, Desi, Kaswandi, Fauzi, Narisman, Reza, Febri, Yati, Uci, Ros, Hasmi, dan lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Kalian semua adalah teman-teman terbaik penulis yang selalu mendukung dan saling menasehati.
13. Dan yang terakhir terima kasih buat Ibnu Munaweir yang selalu memberikan motivasi dan dorongan yang tak terhingga dan akan selalu menjadi semangat dalam hidup penulis. Serta teman-teman saya diantaranya kak Rita, Iin, Zaura, Yesti, Yuli, Yola, Uun yang selalu memberikan saran dan meluangkan waktunya untuk membantu saya dalam penyelesaian kuliah dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran akan selalu penulis nantikan dari semua pihak dan penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, pembaca serta teman-teman dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Pekanbaru, 12 Juni 2013

Penulis

NURZILA

NIM: 10725000011

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan	7
C.	
Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
D.Me	
tode Penelitian	9
E.....Sis	
tematika Penulisan	11
BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	13
A.Sej	
arah Berdirinya Pasar Raya Mallindo	13
B.Sis	
tem Pengelolaan Pasar Raya Mallindo	14
C.Ke	
tenagakerjaan.....	16
D.Pe	
ndidikan dan Kehidupan Beragama	17
BAB III : TINJAUAN PUSTAKA.....	21
A.Pe	
ngertian Etika	21

	B.	Da
	sar Hukum Etika	24
	C.	Eti
	ka Dagang dalam Ekonomi Konvensional	26
	D.	Eti
	ka Bisnis Pedagang dalam Perspektif Ekonomi	
	Islam	29
BAB IV	: PENYAJIAN DATA	37
	A.	Sik
	ap Pedagang Pasar Raya Mallindo	37
	B.	Ta
	nggapan Konsumen atau Pembeli Terhadap Etika	
	Pedagang Pasar Raya Mallindo	44
	C.	Ti
	njauan Ekonomi Islam Terhadap Sikap Pedagang Pasar	
	Raya Mallino	53
BAB V	: PENUTUP	60
	A.	Ke
	simpulan	60
	B.	Sar
	an	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Etika menjelaskan kepada kita apakah perilaku kita bermoral atau tidak dan berkaitan dengan hubungan kemanusiaan yang fundamental bagaimana kita berfikir dan bertindak terhadap orang lain dan bagaimana kita inginkan mereka berfikir dan bertindak terhadap kita¹. Setiap orang ingin mempunyai uang yang banyak supaya hidup dengan sejahtera. Untuk memperolehnya dapat digunakan berbagai cara seperti bekerja keras, mencuri atau korupsi. Anda tentu dapat menentukan sendiri cara yang secara etika merupakan tindakan yang dapat atau tidak dapat dilakukan dalam usaha untuk memperoleh banyak uang. Nilai etika pribadi dapat merupakan faktor utama dalam sikap yang tidak beretika. Nilai dan sikap seseorang adalah berasal dari latar belakang didikan seseorang.²

Seorang muslim itu haruslah menjadi manusia yang memiliki semangat untuk menjadi manusia yang diperhitungkan, mampu memberikan pengaruh kepada alam sekitarnya, sehingga dengan cepat dia mampu dikenal, diperhitungkan karena berhasil mengaktualisasikan prestasi dirinya secara mengagumkan dan signifikan.

Mereka yang memiliki etos kerja memiliki semacam semangat untuk memberikan pengaruh positif kepada lingkungannya. Keberadaan dirinya diukur oleh

¹ Agus Sukrisno, *Etika Bisnis dan Profesi Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*, (Jakarta : Salemba Empat, 2009), h. 26-27

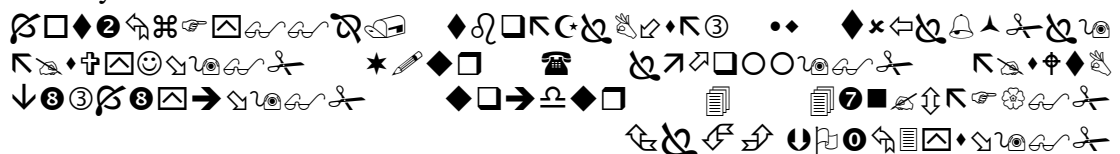
²Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : Kencana, 2004), h. 325-342

sejauh mana potensi yang dimilikinya memberikan makna dan pengaruh mendalam bagi orang lain.

Etos berarti yang memberikan arti sikap, kepribadian, watak, karakter, serta keyakinan atas sesuatu. Sikap ini tidak saja dimiliki oleh individu, tetapi juga oleh kelompok bahkan masyarakat. Etos dibentuk oleh berbagai kebiasaan, pengaruh budaya, serta sistem nilai yang diyakininya.³

Sikap diartikan sebagai prilaku, gerak-gerik, bertingkah laku dengan gaya dibuat-buat. Sikap adalah diterminan prilaku, sebab sikap berkaitan dengan persepsi, kepribadian, dan motivasi. Dalam kehidupan sehari-hari, terkadang kita salah memberikan persepsi terhadap sikap seseorang. Sering terjadi bahwa kita melihat sikap orang kemudian langsung memberikan cap baik atau buruk mengenai sikap orang tersebut. Padahal belum tentu sikap tersebut benar menurut versi kita.⁴

Firman Allah Subhanahuwata'ala dalam surat An- Nahl (16) ayat 60, yang berbunyi:



“Orang-orang yang tidak beriman kepada kehidupan akhirat, mempunyai sifat yang buruk; dan Allah mempunyai sifat yang Maha Tinggi; dan Dialah Yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana”. (An-Nahl (16): 60).⁵

³ Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islam*, (Jakarta: Gema Insasi, 2002), h. 15

⁴ Veithzal Rivai, *Kepemimpinan dan Prilaku Organisasi*, (Jakarta : PT RajaGrafindo, 2003), h. 247-374

⁵ Depag, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Syaamil Cipta Media, 2006), h. 273

Islam sebagai agama dengan sistem komprehensif juga mengatur aspek-aspek di atas dengan basis moralitas. Islam mengombinasikan nilai-nilai spiritual dan material dalam kesatuan yang seimbang dengan tujuan menjadikan manusia hidup bahagia di dunia dan di akhirat. Tetapi persoalan kemudian bahwa konsep materialistis yang berkembang di alam modern sekarang ini telah menyeret manusia pada kondisi di mana nilai-nilai spritual terpinggirkan. Hal ini terjadi terutama di kalangan kaum pebisnis yang pada gilirannya berimbas negatif terhadap lapisan lain. Artinya paradigma yang terbangun di masyarakat bahwa harta, jabatan, dan kekuasaan menjadi tolak ukur ‘baik’ dan ‘tidak’-nya seseorang.

Bila hal demikian tumbuh dan berkembang ia dapat berefek negatif bagi nilai-nilai yang selama ini eksis, dan semua orang akan berpacu meraih keuntungan material sebanyak mungkin walau *on the expenses of others*. Realitas terkikisnya nilai-nilai luhur dan berkembangnya keinginan untuk dinilai ‘baik’ secara sosial dapat memupuk jiwa korup dan jiwa permisif terhadap ketidakprofesionalan kerja baik di birokrasi, eksekutif karyawan, atau buruh. Meritokrasi bukan sebagai ukuran dalam profesionalisme, mamun materi sebagai barometernya.⁶

Di sinilah Etika Bisnis Islam (EBI) menjadi relevan untuk di tumbuhkan sebagai sebuah alternatif solusi keluar dari lingkungan budaya korup dan improfesionalisme tersebut. Bukan saja karena faktor studi di dunia barat yang membuktikan terpromosikannya sebuah perusahaan dan naiknya rating dengan kode etik kerja, namun itu bagian dari perwujudan dan profesionalitas yang menjadi

⁶Badroen Faisal, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta : Kencana, 2006), h. 3-4

keniscayaan ber-islamnya seorang muslim dan realisasi ada yang menyatakan: “*a good business is a good ethic*”.⁷

Rukmana sebagaimana yang dikutip oleh Guntur Komenaung dalam tulisannya yang berjudul “*Etika dalam Bisnis*”, menilai praktik bisnis yang di jalankan selama ini masih cenderung mengabaikan etika, rasa keadilan dan kerap kali diwarnai praktik-praktik bisnis tidak terpuji atau moral hazard. Dalam kaitan dengan etika bisnis, terutama bisnis berbasis syariah, pemahaman para pelaku usaha terhadap ekonomi syariah selama ini masih cenderung pada sisi “emosional” saja dan terkadang mengkesampingkan konteks bisnis itu sendiri. Padahal segmen pasar dari ekonomi syariah cukup luas, baik itu untuk usaha perbankan maupun asuransi syariah. Dicontohkan, segmen pasar konvensional, meski tidak “mengenal” sistem syariah, namun potensinya cukup tinggi. Mengenai implementasi etika bisnis tersebut, Rukmana mengakui beberapa pelaku usaha memang sudah ada yang mampu menerapkan etika bisnis tersebut. Namun, karena pemahaman dari masing-masing pelaku usaha mengenai etika bisnis berbeda-beda selama ini, maka implementasinya pun berbeda pula⁸.

Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Deskripsi singkat mengenai hakikat institusi bisnis akan memperjelas hal ini.

⁷*Ibid.*

⁸Anderson Guntur Komenaung, *Etika dalam Bisnis*, Artikel diakses pada tanggal 27 Februari 2011

Institusi yang paling berpengaruh di dalam masyarakat sekarang ini adalah institusi ekonomi. Institusi ini di desain untuk mencapai dua tujuan:

- a. Produksi barang dan jasa yang diinginkan dan dibutuhkan masyarakat
- b. Distribusi barang dan jasa keberagam anggota masyarakat.

Dengan demikian, institusi ekonomi menentukan siapa yang akan melaksanakan kerja produksi, bagaimana kerja tersebut diorganisasikan, sumber apakah yang akan dikonsumsi oleh kerja itu, dan bagaimana produk dan keuntungannya akan didistribusikan di antara anggota masyarakat.

Etika bisnis merupakan studi standar formal dan bagaimana standar itu diterapkan ke dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa dan diterapkan kepada orang-orang yang ada di dalam organisasi. Studi ini hanya tidak mencakup analisis norma moral dan nilai moral, namun juga berusaha mengaplikasikan kesimpulan-kesimpulan analisis tersebut ke beragam institusi, teknologi, transaksi, aktivitas, dan usaha-usaha yang kita sebut *bisnis*⁹.

Dalam Islam, etika mendominasi ekonomi, di mana keseluruhan tatalakunya dipolakan atas dasar norma-norma etis, dan bukan sebaliknya. Secara umum dapat dikatakan bahwa etika mengabstraksikan nilai-nilai umum suatu masyarakat dan menentukan struktur preferensi anggota-anggotanya, serta harus mengarahkan tata-

⁹ Velasquez G. Manuel, *Etika Bisnis*, (Yogyakarta : ANDI, 2005), h. 12-13

laku manusia dalam rangka pencapaian kebahagiaan dan keselamatan spritual masyarakat¹⁰.

Penerapan etika dalam perekonomian merupakan suatu jalan untuk menuju terciptanya perekonomian rakyat yang mapan, karena aspek etika tersebut dapat mengelakkan hal-hal yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, seperti terjadinya saling menzalimi antara satu dengan yang lainnya yang diakibatkan oleh sikap tamak dan mementingkan diri sendiri. Oleh kerena itu negara berkewajiban untuk mengaplikasikannya dalam kehidupan ekonomi dan menciptakan standar hidup yang layak bagi warganya.¹¹

Dengan demikian, masyarakat akan termotifasi untuk menunaikan amanah Allah SWT tentang harta dalam bentuk mendistribusikannya secara proposional, serta kesadaran untuk menunaikan hak-hak Allah dan hak sesama manusia yang ada dalam harta tersebut seperti jaminan sosial dan bantuan keuangan terhadap orang yang memerlukannya. Semua itu dilakukan demi tercapainya suatu kondisi kehidupan yang¹² harmonis dengan tegaknya nilai religius di atas dunia yang menjembatani terealisasinya ajaran-ajaran islam.¹³

Etika dalam pemikiran Islam dimasukkan dalam filsafat praktis (*al hikmah al amaliyah*) bersama politik dan ekonomi. Masyarakat Islam adalah masyarakat yang

¹⁰ Swasono Sri-edu, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta : UIP, 1985), h. 159-160

¹¹ Umar Chapra, *Negara Sejahtera Menurut Islam*, Lihat dalam *The Welfare State and its role in The Economic* di sunting oleh Khursyid Ahmad, (Leicester : The Islamaic Foundation, 1979), h. 208

¹² Jhon T. Donohome, Jhon L. Esphorto, *Pembaruan Islam, Ensiklopedi Masalah-masalah*, Terj. Machun Husein, (Jkt. Rajawali, 1984), h. 411

¹³ Ibnu Taimiyah, *Siyasah Syar'iyah*, Terj. Rofi Munawar, (Surabaya : Risalah Gusti, 1995), h. 55

dinamis sebagai dari budaya dan peradaban. Ajaran Al-Qur'an penuh dengan kaitan antara keimanan dan moralitas. Pada dasarnya perilaku seseorang banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor yang sangat mendasar yang di alami dan dijalani dalam kehidupan yang dilaluinya sejak masa kanak-kanak sampai kepada masa dewasa. Nilai perilaku dapat diibaratkan sebagai *software*, supaya perilaku dapat diamati, dihayati, dan diaktualisasikan.

Sebagai bagian dari masyarakat, tentu bisnis tunduk pada norma-norma yang ada pada masyarakat. Tata hubungan bisnis dan masyarakat yang tidak bisa dipisahkan itu membawa serta etika-etika tertentu dalam kegiatan bisnisnya, baik etika itu antara sesama pelaku bisnis maupun etika bisnis terhadap masyarakat dalam hubungan langsung maupun tidak langsung.¹⁴

Namun berdasarkan studi pendahuluan yang penulis lakukan di Pasar Raya Mallindo Jl. Garuda Sakti Panam Pekanbaru, masih banyak terdapat etika pedagang yang sikapnya tidak memberikan kesan yang baik, sikap acuh tak acuh terhadap calon pembeli. Sehingga calon pembeli tidak mendapatkan pelayanan yang memuaskan dan pembeli merasa tidak nyaman atas sikap yang diberikan oleh pedagang Pasar Raya Mallindo.

Pada dasarnya, jelaslah bahwa etika berbisnis sangat berperan dalam suatu perusahaan. Islam pun selalu bersumber pada nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh.

¹⁴ Anderson Guntur Komanaung, *Op.cit.*,h.9.

Dari uraian diatas maka penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang sikap dan etika perdagangan Islam. Maka untuk meneliti lebih lanjut penulis mengadakan penelitian secara ilmiah berupa skripsi dengan judul:

“SIKAP BERBISNIS PEDAGANG PASAR RAYA MALLINDO JL. GARUDA SAKTI PANAM PEKANBARU TERHADAP CALON PEMBELI MENURUT EKONOMI ISLAM”.

B. Permasalahan

1. Batasan Masalah

Mengingat banyaknya masalah yang akan diteliti serta terbatasnya kemampuan, waktu dan dana yang tersedia, maka dalam penulisan ini penulis membatasi masalah yang diteliti adalah **Sikap Berbisnis Pedagang Pasar Raya Mallindo Jl. Garuda Sakti Panam Pekanbaru Terhadap Calon Pembeli Menurut Ekonomi Islam.**

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Etika (sikap) pedagang Pasar Raya Mallindo terhadap calon pembeli?
2. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap etika (sikap) pedagang Pasar Raya Mallindo?
3. Bagaimana pandangan ekonomi Islam tentang sikap pedagang Pasar Raya Mallindo terhadap calon pembeli?

C. Tujuan dan Kegunaan Dan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui etika (sikap) pedagang Pasar Raya Mallindo terhadap calon pembeli.
- b. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap etika (sikap) pedagang Pasar Raya Mallindo.
- c. Untuk mengetahui pandangan ekonomi Islam tentang sikap pedagang Pasar Raya Mallindo terhadap calon pembeli.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Study penulis di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sesuatu kontribusi bagi masyarakat tentang hal-hal yang berkaitan dengan sikap dan etika berbisnis pedagang menurut Islam.
- c. Sebagai sesuatu sumbangan pemikiran buat almamater di mana penulis menuntut ilmu.

D. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan. Adapun yang menjadi lokasi dalam penelitian ini yaitu dilakukan pada Pasar Raya Mallindo Jl. Garuda Sakti Panam Pekanbaru. Pertimbangan penulis menjadikan lokasi ini sebagai tempat penelitian karena setelah penulis mengamati perdagangan

yang terjadi di Pasar Raya Mallindo masih banyak terdapat pedagang dan karyawan dalam melayani pembeli bersikap tidak sopan santun, tidak bertutur kata ramah terhadap pembeli, dan bersikap tidak adil dalam melayani pembeli.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah para pedagang dan karyawan yang menjalankan aktivitas perdagangan di Pasar Raya Mallindo. Sedangkan yang menjadi objek adalah pelaksanaan sikap berbisnis pedagang Pasar Raya Mallindo Jl. Garuda Sakti Panam Pekanbaru.

3. Populasi dan Sampel

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pedagang, karyawan dan pembeli di Pasar Raya Mallindo. Dari pihak pedagang adalah pemilik Pasar Raya Mallindo terdiri dari suami dan istri, dari pihak karyawan terdapat 20 karyawan. Dan dari pihak pembeli, karena terlalu banyak pembeli sehingga tidak dapat ditentukan jumlahnya secara pasti, maka penulis mengambil 40 orang pembeli sebagai sampel penelitian, dengan memakai teknik *accidental sampling*.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini ada dua kategori, yaitu:

- a. Sumber data primer, yaitu pedagang dan karyawan yang menjalankan aktivitas perdagangan di Pasar Raya Mallindo Jl. Garuda Sakti Panam Pekanbaru.

- b. Sumber data sekunder, yaitu diperoleh dari riset perpustakaan dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data ini adalah sebagai berikut:

- a. Observasi

Observasi yaitu penulisan yang melakukan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mendapatkan informasi yang nyata baik terhadap subjek maupun objek dalam penelitian.

- b. Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab yang dilakukan langsung dengan narasumber yang terdiri dari ketua dan karyawan.

- c. Angket

Dengan cara menulis pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penulisan ini, kemudian disebarkan kepada responden untuk diisi.

6. Teknik Analisis Data

Pengolahan dan analisis data dilakukan dengan deskriptif kualitatif dengan prosentase, yang berarti bahwa terhimpun dipilih berdasarkan jenisnya. Data yang bersifat angka diprosentasekan. Kemudian digambarkan dengan kata-kata.

7. Metode Penelitian

- a. Deduktif, yaitu penulis akan mengumpulkan fakta-fakta umum kemudian dianalisa dan diuraikan secara khusus.
- b. Induktif, yaitu penulis akan mengumpulkan fakta-fakta khusus kemudian dianalisis dan diuraikan secara umum.
- c. Deskriptif, yaitu penulis akan mengungkapkan uraian atas fakta yang diambil dari lokasi penelitian.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan ini garis besarnya akan terdiri dari lima bab terdiri dari beberapa bagian dengan penulisan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, yang akan terdiri dari : Latar Belakang, Permasalahan, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : Gambaran Umum Lokasi Penelitian, yang akan terdiri dari :Sejarah Berdirinya berdirinya Pasar Raya Mallindo, Sistem Pengelolaan Pasar Raya Mallindo, Ketenagakerjaan, Pendidikan dan Kehidupan Beragama.

BAB III : Tinjauan Pustaka, yang akan terdiri dari : Pengertian Etika, Dasar Hukum Etika, Etika Dagang dalam Ekonomi Konvensional, Etika Bisnis Pedagang dalam Perspektif Ekonomi Islam.

BAB IV : Penyajian Data, yang terdiri dari : Sikap Pedagang Pasar Raya Mallindo, Tanggapan Konsumen atau Pembeli Terhadap Etika

Pedagang Pasar Raya Mallindo, dan Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Sikap Pedagang Pasar Raya Mallindo.

BAB V : Penutup, merupakan bagian akhir yang akan terdiri dari kesimpulan dan saran yang merupakan rekomendasi penulis dalam penelitian.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya Pasar Raya Mallindo

Pasar Raya Mallindo yang dikenal masyarakat umum yang telah lama berdiri sejak tahun 2007 hingga sekarang di kecamatan Marpoyan Damai. Menurut Ny. ADRIATI seorang pengurus atau (seorang pemilik) Pasar Raya Mallindo pertama dibuka di Marpoyan Damai pada 1 Januari 2007 disusul dengan pembukaan Pasar Raya Mallindo di Bangkinang. Menanggapi respon yang positif dari customer atas pembukaan gerai Pasar Raya Mallindo, maka Pasar Raya Mallindo terus melakukan ekspansi. Ini ditandai dengan telah dibukanya gerai Pasar Raya Mallindo sebanyak 3 tempat yang tersebar di Pekanbaru.¹

Pasar Raya Mallindo merupakan pusat pembelanjaan yang bergerak di bidang perdagangan dengan menyalurkan barang kebutuhan sehari-hari, seperti pakaian dewasa, pakaian anak-anak, aksesoris, hijab-hijab, sandal dan lain-lain.

Pasar Raya Mallindo didirikan adalah untuk meningkatkan efisiensi sistem distribusi nasional guna mewujudkan tersedianya barang dalam jumlah dan kualitas yang memadai sesuai dengan selera konsumen dengan harga yang layak dari produsen serta terjangkau oleh daya beli masyarakat banyak dan mendorong pertumbuhan perekonomian nasional yang lebih cepat dan berkesinambungan. Pasar Raya Mallindo juga memiliki tujuan yang bersifat ekonomi dan sosial. Tujuan yang

¹Adriati, Pemilik Pasar Raya Mallindo, wawancara, (Pekanbaru: 25 Mei 2012)

bersifat ekonomi adalah ikut menyemarakkan bisnis ritel di Indonesia karena memandang penduduk Indonesia yang besar masih memungkinkan bisnis ritel untuk meraih keuntungan. Tujuan social antara lain memperbaiki kondisi sosial di lingkungan sekitar lokasi Pasar Raya Mallindo dan ikut serta dalam mengurangi tingkat pengangguran.

Secara geografis, Pasar Raya Mallindo terletak dan berbatasan dengan tempat pembatasan yang berbeda yaitu:

- a. Sebelah timur berbatasan dengan Gang Sholihin
- b. Sebelah barat berbatasan dengan Jl. Garuda Sakti
- c. Sebelah selatan berbatasan dengan Toserba 6000
- d. Sebelah utara berbatasan dengan Gang Harapan.²

B. Sistem Pengelolaan Pasar Raya Mallindo

1. Ketua atau Pemilik Pasar Raya Mallindo

Pengelolaan Pasar Raya Mallindo dikelola langsung oleh ketua atau pemilik Pasar Raya Mallindo, yaitu Ny. Adriati dengan kedudukan sebagai unsur pelaksanaan yang mempunyai tanggung jawab dan tugas sendiri.

2. Komersial

Bertugas mengawasi permasalahan operasional perusahaan dan mengawasi bagian pembeli, gudang, lapangan, dan personalia.

- a. Pembeli

²*Ibid.*

Bertugas melakukan pembelian dan negoisasi dengan para distributor serta menyalurkan kembali barang-barang kepada konsumen akhir yang dilaksanakan oleh bagian pemasaran di bawah pengawasan bagian pembeli.

b. Gudang

Gudang bertugas dan bertanggung jawab atas persediaan barang, mencatat, mengawasi pemasukan barang dari supplier ke gudang serta menerima laporan dari checker tentang jumlah kuantitas orang yang di jual.

c. Personalia

Bertugas mengawasi bagian hamrel, teknik dan security :

- Hamrel

Bertugas mengawasi dan menjaga hubungan kerjasama antara karyawan agar tercipta hubungan yang harmonis dan suasana kerja yang nyaman.

- Teknik

Bertugas mengawasi dan memperbaiki kerusakan yang terjadi pada instalasi stand dan ruangan.

- Security

Bertugas menjaga keamanan di lapangan baik bagi perusahaan maupun bagi konsumen.

3. Keuangan

Bagian keuangan ini bertugas untuk melakukan pengawasan terhadap general kasir, administrasi, dan accounting.

a. General Kasir

Bertugas dan menyimpan dan mengatur uang yang keluar masuk dari pembelian dan penjualan dan menerima pemasukan uang dari kasir di lapangan yang melayani pembayaran dari pembelian.

b. Accounting

Bertugas membuat laporan keuangan (neraca dan rugi/laba) serta mencatat pemasukan dan pengeluaran keuangan perusahaan.

Namun, dalam pelaksanaan sistem kerjanya yang bertanggung jawab dalam bagian-bagian ini adalah tanggung jawab bersama-sama. Setiap karyawan berhak menjadi bagian dari bagian-bagian yang telah ditentukan, dan tidak ditentukan secara khusus dalam pelaksanaan kerjanya.³

C. Ketenagakerjaan

1. Jam Kerja

Dalam menjalankan roda kegiatan di Pasar Raya Mallindo mengadakan kebijakan waktu kerja. Dimana Pasar Raya Mallindo beroperasi setiap hari kerja mulai pukul 08.00 WIB sampai dengan 22.00 WIB non stop atau selama 14 jam perhari. Dan untuk mencapai efektifitas kerja para karyawan, maka diberi waktu istirahat shalat dan makan secara bergiliran.

2. Sistem Pengupahan

Adapun sistem pengupahan yang diterapkan oleh perusahaan adalah dengan sistem upah bulanan bagi seluruh karyawan dan ditambah bonus serta tunjangan hari raya.

³ *Ibid.*

3. Jaminan Sosial Tenaga Kerja

Untuk lebih meningkatkan produktifitas karyawan dalam bekerja dan menjamin keselamatan kerja para karyawan perusahaan memberikan jaminan social tenaga kerja (Jamsostek) sesuai dengan peraturan yang dikeluarkan oleh Pasar Raya Mallindo.

4. Tanggung Jawab Sosial

Dalam rangka melaksanakan tanggung jawab social perusahaan terhadap masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan, maka perusahaan memberikan bantuan sumbangan dan santunan kepada anak-anak yatim piatu.⁴

D. Pendidikan dan Kehidupan Beragama

Pendidikan yang pernah diikuti oleh seseorang sangat menentukan terhadap kualitas atau sumberdaya manusia, semakin bagus dan tinggi pendidikan yang pernah diikuti seseorang maka semakin bagus pula kualitas atau sumberdaya orang tersebut. Pendidikan baik yang bersifat formal atau nonformal akan menjadi dasar bagi usaha yang dilakukan seseorang.

Berdasarkan wawancara penulis dengan pedagang Pasar Raya Mallindo, bahwa karyawan Pasar Raya Mallindo pada umumnya mempunyai pendidikan tingkat SLTA/Sederajat. Hal ini dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

TABEL I

⁴*Ibid.*

**KLASIFIKASI PENDIDIKAN KARYAWAN
PASAR RAYA MALLINDO**

No.	Alternatif Jawaban	Frekwensi
1	SLTA/Sederajat	13
2	SLTP/Sederajat	04
3	SD	03
4	Jumlah	20

Dari tabel diatas, dapat kita ketahui bahwa seluruh karyawan yang ada di Pasar Raya Mallindo berpendidikan, sebagian besar dari mereka berpendidikan tingkat atas, hal ini terbukti dengan banyak 13 pedagang yang berpendidikan SLTA/Sederajat, ditambah 04 karyawan pendidikan SLTP/Sederajat dan untuk yang berpendidikan SD/Sederajat 03 karyawan sedangkan yang tidak berpendidikan 0.

Selanjutnya pengunjung atau pembeli yang melakukan transaksi jual beli di Pasar Raya Mallindo juga orang-orang yang berpendidikan. Hal ini dapat diketahui dari wawancara yang dilakukan penulis kepada pengunjung atau pembeli yang ada di Pasar Raya Mallindo. Dari wawancara-wawancara yang penulis lakukan banyak pembeli yang berasal dari kalangan mahasiswa. Untuk lebih jelasnya lihat tabel dibawah :

TABEL II

JAWABAN RESPONDEN (PEMBELI) TENTANG PENDIDIKANNYA

Obyek	Pendidikan	Frekwensi
--------------	-------------------	------------------

A	SD	04
B	SLTP/Sederajat	10
C	SLTA/Sederajat	11
D	Perguruan Tinggi	15
	Jumlah	40

Dari tabel diatas, dapat diketahui mayoritas responden atau pembeli adalah berpendidikan tinggi, hal ini terbukti dari 40 pembeli sebanyak 15 orang pembeli berpendidikan perguruan tinggi, 11 orang alumni SLTA/Sederajat sedangkan yang berpendidikan SLTP/Sederajat berjumlah 10 orang dan SD hanya 04 orang.⁵

Masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang majemuk yang terdiri dari berbagai macam suku bangsa dan agama. Begitu pula masyarakat yang ada di Pekanbaru terdiri dari bermacam-macam suku bangsa dan agama. Islam tidak melarang umatnya untuk melakukan transaksi perdagangan, dengan catatan perdagangan itu tidak menyalahi aturan-aturan yang telah ditetapkan dalam Islam.

Pemilik dan karyawan Pasar Raya Mallindo keseluruhannya beragama Islam. Selanjutnya dari kalangan pembeli atau pengunjung di Pasar Raya Mallindo, mayoritas beragama Islam walaupun ada pembeli yang nonmuslim namun jumlahnya sangat sedikit bila dibandingkan dengan yang bergama Islam. Sesuai dengan angket yang dilakukan penulis kepada pembeli atau pengunjung Pasar Raya Mallindo yaitu

⁵*Ibid.*

dari 40 pembeli atau pengunjung, 30 pembeli beragama Islam, 5 pembeli beragama kristian protestan, 3 pembeli beragama Kristen khatolik, 2 pembeli tidak menjawab agamanya apa.

Dengan berbagai wawancara yang telah dilakukan penulis kepada pedagang dan pembeli yang ada di Pasar Raya Mallindo, dapat diambil kesimpulan bahwasanya kehidupan beragama yang ada di Pasar Raya Mallindo di dominasi oleh umat muslim, baik dari kalangan pedagang maupun dari kalangan pembeli.⁶

⁶*Ibid*

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Etika

Perkataan Etika berasal dari bahasa Yunani Ethos yang berarti adat kebiasaan. Etika adalah sebuah pranata perilaku seseorang atau sekelompok orang yang tersusun dari suatu sistem nilai atau norma yang diambil dari gejala-gejala alamiah masyarakat sekelompok tersebut.¹

Sedangkan perkataan moral berasal dari bahasa Latin *mores* yaitu jamak dari *mos* yang berarti adat kebiasaan. Di dalam *Kamus Umum Bahasa Indonesia* dikatakan bahwa moral adalah baik buruk perbuatan dan kelakuan.

Sedangkan akhlak berasal dari kata Al-Khuluk (kebiasaan, perangai, tabi'at dan agama), tingkah laku yang ada atau lahir dari manusia dengan sengaja, tidak dibuat-buat dan sudah menjadi kebiasaan. Etika adalah tatacara sopan santun dalam masyarakat guna memelihara hubungan baik antar sesama.²

Akhlak (etika) sering juga disebut sebagai ihsan (berasal dari kata arab hasan, yang berarti baik). Melalui ihsan seseorang akan selalu merasa bahwa dirinya dilihat oleh Allah. Karena Allah mengetahui sekecil apa pun perbuatan yang dilakukan seseorang, walaupun dikerjakan di tempat tersembunyi. Bahkan Allah mengetahui segala pikiran dan lintasan-lintasan hati makhluknya. Dengan kesadaran seperti ini

¹Faisal Badroen, *op.cit.*, h. 5.

²Asmaran As, *Pengantar Studi Akhlak*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002) Cet. Ke-3, h. 7-8

maka orang mu'min akan selalu terdorong untuk berperilaku baik, dan menjauhi perilaku buruk.³

Pemakaian istilah etika disamakan dengan akhlak, adapun persamaannya terletak pada obyeknya, yaitu keduanya sama-sama membahas baik buruk tingkah-laku manusia. Segi perbedaannya, etika menentukan baik buruk perbuatan manusia dengan tolak ukur akal pikiran. Sedangkan akhlak dalam menentukannya dengan tolak ukur ajaran agama (Al-Qur'an dan As-Sunnah).⁴

Orang yang tidak mempelajari etika dapat juga memberi hukum baik dan buruk kepada sesuatu. Akan tetapi orang yang belajar etika tidak mempelajarinya seperti pedagang yang pandai dan yang bodoh, bila masing-masing akan membeli bermacam-macam kebutuhannya, masing-masing dapat melihat, meraba dan mengujinya; karena kepandaian pengalamannya menjadikan pilihan yang lebih baik. Maka yang mempelajari etika dapat menyelidiki dengan seksama segala perbuatan yang dikemukakan kepadanya, dengan tidak tunduk dalam menentukan hukum kepada kebiasaan orang, tetapi segala pendapatnya hanya diambil dari pandangan ilmu pengetahuan, peraturannya dan timbangannya.⁵

Banyak pendapat orang tentang pengertian etika, karena etika adalah studi dilihat dari sudut pandang nilai filosofi etika, yaitu:

³ Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011) Cet. Ke-8, h. 13.

⁴ *Ibid.*

⁵ Ahmad Damin, *Etika Ilmu Akhlak*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1993) Cet. Ke-8, h.6

1. Relativisme : keputusan etis di buat berdasarkan kepentingan pribadi dan kebutuhan pribadi.
2. Utilitarianisme (kalkulasi untung dan rugi) : keputusan etis di buat berdasarkan hasil yang diberikan oleh keputusan-keputusan ini. Suatu tindakan di sebut etis jika memberikan keuntungan terbesar bagi sejumlah besar orang.
3. Universalisme (kewajiban) : keputusan etis yang menekankan maksud suatu tindakan atau keputusan. Keputusan yang sama harus di buat oleh setiap orang di bawah kondisi yang sama.
4. Hak (kepentingan individu) : keputusan etika yang menekankan nilai-nilai individu, kebebasan untuk memilih.
5. Keadilan distributive (keadilan dan kesetaraan): keputusan etika yang menekankan nilai-nilai individu, keadilan dan menegaskan pembagian yang adil atas kekayaan dan keuntungan.⁶

Dalam makna yang lebih tegas, etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Disini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan diatas bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.

Etika bagi seseorang terwujud dalam kesadaran moral yang memuat keyakinan 'benar dan tidak' sesuatu. Perasaan yang muncul bahwa ia akan salah bila

⁶ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, Penerjemah : Muhammad (Yogyakarta : Pustaka Pelajar. 2004) h. 17

melakukan sesuatu yang diyakininya tidak benar berangkat dari norma-norma moral dan perasaan self-respect (menghargai diri) bila ia meninggalkannya. Tindakan yang diambil olehnya harus ia pertanggungjawabkan pada diri sendiri. Begitu juga dengan sikapnya terhadap orang lain bila pekerjaan tersebut mengganggu atau sebaliknya mendapatkan pujian.⁷

Dari uraian di atas, dapatlah kita mendefinisikan Etika bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai ‘dataran’ atau tujuan – tujuan bisnisnya dengan selamat.

Selain itu, etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam bebisnis atau bekerja.⁸

B. Dasar Hukum Etika

Sesungguhnya manusia mengetahui apa yang baik dan apa yang buruk serta dapat membedakan antara kedua pengertian itu dan selanjutnya mengamalkannya, adalah suatu kenyataan yang tidak bisa dibantah. Pengertian itu tidak dapat di capai melalui pengalaman, melainkan telah ada padanya bahkan sebelum ia mengalaminya,

⁷Badroen Faisal, dkk. *Op.Cit.*, h. 5-6.

⁸*Ibid.*, hal. 15-16

Dalam hal ini Allah menjelaskan dalam Al-Qur'an pada surat Al-Maidah ayat 100.

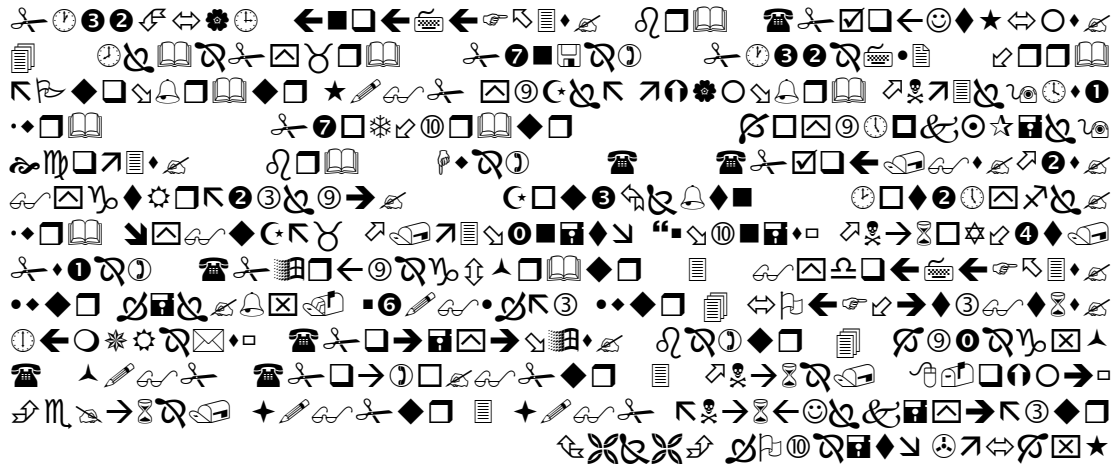
𐀀 𐀁 𐀂 𐀃 𐀄 𐀅 𐀆 𐀇 𐀈 𐀉 𐀊 𐀋 𐀌 𐀍 𐀎 𐀏 𐀐 𐀑 𐀒 𐀓 𐀔 𐀕 𐀖 𐀗 𐀘 𐀙 𐀚 𐀛 𐀜 𐀝 𐀞 𐀟 𐀠 𐀡 𐀢 𐀣 𐀤 𐀥 𐀦 𐀧 𐀨 𐀩 𐀪 𐀫 𐀬 𐀭 𐀮 𐀯 𐀰 𐀱 𐀲 𐀳 𐀴 𐀵 𐀶 𐀷 𐀸 𐀹 𐀺 𐀻 𐀼 𐀽 𐀾 𐀿 𐁀 𐁁 𐁂 𐁃 𐁄 𐁅 𐁆 𐁇 𐁈 𐁉 𐁊 𐁋 𐁌 𐁍 𐁎 𐁏 𐁐 𐁑 𐁒 𐁓 𐁔 𐁕 𐁖 𐁗 𐁘 𐁙 𐁚 𐁛 𐁜 𐁝 𐁞 𐁟 𐁠 𐁡 𐁢 𐁣 𐁤 𐁥 𐁦 𐁧 𐁨 𐁩 𐁪 𐁫 𐁬 𐁭 𐁮 𐁯 𐁰 𐁱 𐁲 𐁳 𐁴 𐁵 𐁶 𐁷 𐁸 𐁹 𐁺 𐁻 𐁼 𐁽 𐁾 𐁿 𐂀 𐂁 𐂂 𐂃 𐂄 𐂅 𐂆 𐂇 𐂈 𐂉 𐂊 𐂋 𐂌 𐂍 𐂎 𐂏 𐂐 𐂑 𐂒 𐂓 𐂔 𐂕 𐂖 𐂗 𐂘 𐂙 𐂚 𐂛 𐂜 𐂝 𐂞 𐂟 𐂠 𐂡 𐂢 𐂣 𐂤 𐂥 𐂦 𐂧 𐂨 𐂩 𐂪 𐂫 𐂬 𐂭 𐂮 𐂯 𐂰 𐂱 𐂲 𐂳 𐂴 𐂵 𐂶 𐂷 𐂸 𐂹 𐂺 𐂻 𐂼 𐂽 𐂾 𐂿 𐃀 𐃁 𐃂 𐃃 𐃄 𐃅 𐃆 𐃇 𐃈 𐃉 𐃊 𐃋 𐃌 𐃍 𐃎 𐃏 𐃐 𐃑 𐃒 𐃓 𐃔 𐃕 𐃖 𐃗 𐃘 𐃙 𐃚 𐃛 𐃜 𐃝 𐃞 𐃟 𐃠 𐃡 𐃢 𐃣 𐃤 𐃥 𐃦 𐃧 𐃨 𐃩 𐃪 𐃫 𐃬 𐃭 𐃮 𐃯 𐃰 𐃱 𐃲 𐃳 𐃴 𐃵 𐃶 𐃷 𐃸 𐃹 𐃺 𐃻 𐃼 𐃽 𐃾 𐃿 𐄀 𐄁 𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 𐄊 𐄋 𐄌 𐄍 𐄎 𐄏 𐄐 𐄑 𐄒 𐄓 𐄔 𐄕 𐄖 𐄗 𐄘 𐄙 𐄚 𐄛 𐄜 𐄝 𐄞 𐄟 𐄠 𐄡 𐄢 𐄣 𐄤 𐄥 𐄦 𐄧 𐄨 𐄩 𐄪 𐄫 𐄬 𐄭 𐄮 𐄯 𐄰 𐄱 𐄲 𐄳 𐄴 𐄵 𐄶 𐄷 𐄸 𐄹 𐄺 𐄻 𐄼 𐄽 𐄾 𐄿 𐅀 𐅁 𐅂 𐅃 𐅄 𐅅 𐅆 𐅇 𐅈 𐅉 𐅊 𐅋 𐅌 𐅍 𐅎 𐅏 𐅐 𐅑 𐅒 𐅓 𐅔 𐅕 𐅖 𐅗 𐅘 𐅙 𐅚 𐅛 𐅜 𐅝 𐅞 𐅟 𐅠 𐅡 𐅢 𐅣 𐅤 𐅥 𐅦 𐅧 𐅨 𐅩 𐅪 𐅫 𐅬 𐅭 𐅮 𐅯 𐅰 𐅱 𐅲 𐅳 𐅴 𐅵 𐅶 𐅷 𐅸 𐅹 𐅺 𐅻 𐅼 𐅽 𐅾 𐅿 𐆀 𐆁 𐆂 𐆃 𐆄 𐆅 𐆆 𐆇 𐆈 𐆉 𐆊 𐆋 𐆌 𐆍 𐆎 𐆏 𐆐 𐆑 𐆒 𐆓 𐆔 𐆕 𐆖 𐆗 𐆘 𐆙 𐆚 𐆛 𐆜 𐆝 𐆞 𐆟 𐆠 𐆡 𐆢 𐆣 𐆤 𐆥 𐆦 𐆧 𐆨 𐆩 𐆪 𐆫 𐆬 𐆭 𐆮 𐆯 𐆰 𐆱 𐆲 𐆳 𐆴 𐆵 𐆶 𐆷 𐆸 𐆹 𐆺 𐆻 𐆼 𐆽 𐆾 𐆿 𐇀 𐇁 𐇂 𐇃 𐇄 𐇅 𐇆 𐇇 𐇈 𐇉 𐇊 𐇋 𐇌 𐇍 𐇎 𐇏 𐇐 𐇑 𐇒 𐇓 𐇔 𐇕 𐇖 𐇗 𐇘 𐇙 𐇚 𐇛 𐇜 𐇝 𐇞 𐇟 𐇠 𐇡 𐇢 𐇣 𐇤 𐇥 𐇦 𐇧 𐇨 𐇩 𐇪 𐇫 𐇬 𐇭 𐇮 𐇯 𐇰 𐇱 𐇲 𐇳 𐇴 𐇵 𐇶 𐇷 𐇸 𐇹 𐇺 𐇻 𐇼 𐇽 𐇾 𐇿 𐈀 𐈁 𐈂 𐈃 𐈄 𐈅 𐈆 𐈇 𐈈 𐈉 𐈊 𐈋 𐈌 𐈍 𐈎 𐈏 𐈐 𐈑 𐈒 𐈓 𐈔 𐈕 𐈖 𐈗 𐈘 𐈙 𐈚 𐈛 𐈜 𐈝 𐈞 𐈟 𐈠 𐈡 𐈢 𐈣 𐈤 𐈥 𐈦 𐈧 𐈨 𐈩 𐈪 𐈫 𐈬 𐈭 𐈮 𐈯 𐈰 𐈱 𐈲 𐈳 𐈴 𐈵 𐈶 𐈷 𐈸 𐈹 𐈺 𐈻 𐈼 𐈽 𐈾 𐈿 𐉀 𐉁 𐉂 𐉃 𐉄 𐉅 𐉆 𐉇 𐉈 𐉉 𐉊 𐉋 𐉌 𐉍 𐉎 𐉏 𐉐 𐉑 𐉒 𐉓 𐉔 𐉕 𐉖 𐉗 𐉘 𐉙 𐉚 𐉛 𐉜 𐉝 𐉞 𐉟 𐉠 𐉡 𐉢 𐉣 𐉤 𐉥 𐉦 𐉧 𐉨 𐉩 𐉪 𐉫 𐉬 𐉭 𐉮 𐉯 𐉰 𐉱 𐉲 𐉳 𐉴 𐉵 𐉶 𐉷 𐉸 𐉹 𐉺 𐉻 𐉼 𐉽 𐉾 𐉿 𐊀 𐊁 𐊂 𐊃 𐊄 𐊅 𐊆 𐊇 𐊈 𐊉 𐊊 𐊋 𐊌 𐊍 𐊎 𐊏 𐊐 𐊑 𐊒 𐊓 𐊔 𐊕 𐊖 𐊗 𐊘 𐊙 𐊚 𐊛 𐊜 𐊝 𐊞 𐊟 𐊠 𐊡 𐊢 𐊣 𐊤 𐊥 𐊦 𐊧 𐊨 𐊩 𐊪 𐊫 𐊬 𐊭 𐊮 𐊯 𐊰 𐊱 𐊲 𐊳 𐊴 𐊵 𐊶 𐊷 𐊸 𐊹 𐊺 𐊻 𐊼 𐊽 𐊾 𐊿 𐋀 𐋁 𐋂 𐋃 𐋄 𐋅 𐋆 𐋇 𐋈 𐋉 𐋊 𐋋 𐋌 𐋍 𐋎 𐋏 𐋐 𐋑 𐋒 𐋓 𐋔 𐋕 𐋖 𐋗 𐋘 𐋙 𐋚 𐋛 𐋜 𐋝 𐋞 𐋟 𐋠 𐋡 𐋢 𐋣 𐋤 𐋥 𐋦 𐋧 𐋨 𐋩 𐋪 𐋫 𐋬 𐋭 𐋮 𐋯 𐋰 𐋱 𐋲 𐋳 𐋴 𐋵 𐋶 𐋷 𐋸 𐋹 𐋺 𐋻 𐋼 𐋽 𐋾 𐋿 𐌀 𐌁 𐌂 𐌃 𐌄 𐌅 𐌆 𐌇 𐌈 𐌉 𐌊 𐌋 𐌌 𐌍 𐌎 𐌏 𐌐 𐌑 𐌒 𐌓 𐌔 𐌕 𐌖 𐌗 𐌘 𐌙 𐌚 𐌛 𐌜 𐌝 𐌞 𐌟 𐌠 𐌡 𐌢 𐌣 𐌤 𐌥 𐌦 𐌧 𐌨 𐌩 𐌪 𐌫 𐌬 𐌭 𐌮 𐌯 𐌰 𐌱

Katakanlah: "tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertakwalah kepada Allah Hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan".⁹

Dan dasar hukum Etika Bisnis dalam surat Al-Baqarah 282.

[illegible]

⁹ Depag, *op.cit.*, h. 124



“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah [179] tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau Dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, Maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). jika tak ada dua oang lelaki, Maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa Maka yang seorang mengingatkannya. janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, Maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. jika kamu lakukan (yang demikian), Maka Sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu.

[179] Bermuamalah ialah seperti berjualbeli, hutang piutang, atau sewa menyewa dan sebagainya”.

C. Etika Dagang dalam Ekonomi Konvensional

a. Pelayanan

Etika itu dapat diartikan serangkaian tindakan berdasarkan kebiasaan yang mengarah kepada perbuatan benar dan salah. Sebagaimana penjual jasa masyarakat membutuhkan pelayanan dan pelakuan yang menyejukan hati mereka melalui sikap ramah dan sopan pada karyawan. Sedangkan etika Berarti kesantunan yaitu sikap dan batin, prinsip hidup, pandangan moral serta bisikan hati nurani.

Adapun pengertian yang diatur dalam etika secara umum antara lain sikap dan perilaku, penampilan, cara berpakaian, cara berbicara, gerak gerik, cara bertanya, dll. Adapun sikap dan perilaku terpuji (mahmudah), antara lain berlaku jujur (al-amanah), memelihara diri (syaja'ah) dan malu (haya). Ketentuan yang diatur dalam etika secara umum adalah sebagai berikut :

1. Sikap dan perilaku

Sikap dan perilaku merupakan bagian yang terpenting dalam etika pelayanan. Dalam praktiknya sikap dan perilaku harus menunjukkan kepribadian seseorang dan citra perusahaan.

2. Penampilan

Arti penampilan secara keseluruhan adalah mulai dari cara berpakaian, berbicara, gerak-gerik, sikap dan perilaku.

3. Cara berpakaian

Disini petugas harus menggunakan busana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan juga harus berpakaian necis dan tidak kumal. Gunakan pakaian seragam jika petugas telah diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang ditetapkan.

4. Cara berbicara

Cara berbicara artinya cara berkomunikasi dengan konsumen. Hal ini penting karena karyawan langsung berbicara tentang apa-apa yang diinginkan konsumen, berbicara harus jelas, singkat dan tidak bertele-tele.

5. Gerak-gerik

Gerak-gerik meliputi mimic wajah, pandang mata, pergerakan tangan, anggota atau badan atau kaki.

6. Cara bertanya

Karyawan harus kreatif untuk berbicara sehingga membuat konsumen mau berbicara. Kemudian sebaliknya bagi konsumen yang banyak bertanya karyawan sebaiknya dapat mendengarkan dengan baik.¹⁰

Sampara (dalam LP Sinambela) menyatakan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Sementara dalam kamus besar bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan sebagai hal, cara, atau hasil pekerjaan melayani. Sedangkan melayani adalah menyugahi (orang) dengan makanan, minuman, menyediakan keperluan orang, mengiyakan, menerima dan menggunakan.¹¹

Moenir mengemukakan bahwa melaksanakan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun

¹⁰ Muhammad, *Visi Al-Quran Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), Cet.ke-1, h.11

¹¹ Lijan Poltak Sinambela, *Pelayanan Publik*, (Jakarta : Bumi Aksara. 2007) h. 5

hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat direncanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan, agar hasil akhir memuaskan pada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.¹²

Menurut Istijanto Oei bahwa pelayanan dalam bisnis memiliki arti yang sama pentingnya dengan barang yang dijual. Bagaimanapun baiknya kualitas barang, kalau layanannya buruk maka nilai barang akan turun atau bahkan menjadi negatif. Bahkan kalau dicermati, tidak ada barang yang dijual tanpa pelayanan. Layanan memang hanya bersifat pendukung namun penting dimata pembeli.¹³

Berdasarkan beberapa teori diatas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan atau proses yang berlangsung secara berkesinambungan atau terus menerus dalam interaksi antara seseorang dengan orang lain dan menyediakan kepuasan pelanggan.

b. Perilaku

Perilaku yang dimaksud adalah aktivitas melayani pelanggan. Untuk memberikan pelayanan yang baik, harus diidentifikasi kegiatan-kegiatan yang melibatkan pembeli dan pihak toko. Ini meliputi semua pertemuan pembeli dan penjual dari awal sampai akhir. Dari awal proses, begitu pembeli datang harus segera di sambut oleh pihak toko. Tutur kata sopan santun dan para karyawan sangatlah penting. Karyawan tidak boleh jutek atau menggerutu, tetapi harus ramah, murah

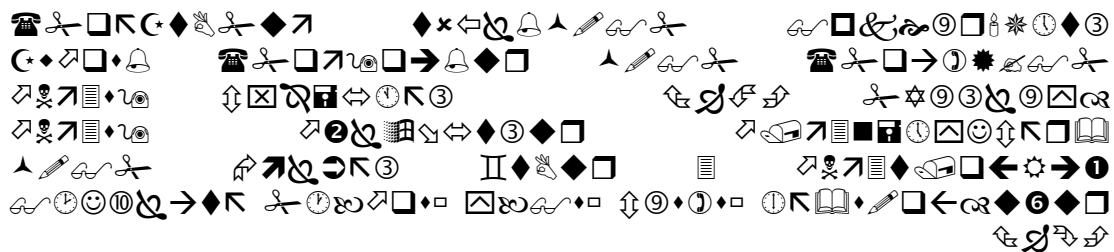
¹² Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum*, (Jakarta : Bumi Aksara. 2006) H. 27

¹³ Istijanto Oei, *Rahasia Sukses Toko Tionghoa*, (Jakarta : Gramedia. 2008) h. 5

senyum, bahkan terhadap yang menjengkelkan sekalipun. Senyum, sapa, dan menjawab pertanyaan adalah perilaku yang sangat berharga.

D. Etika Bisnis Pedagang dalam Perspektif Ekonomi Islam

Kunci etis dan moral bisnis sesungguhnya terletak pada pelakunya, itu sebabnya misi diutusnya Rasulullah ke dunia adalah untuk memperbaiki akhlak manusia yang telah rusak. Seorang pengusaha muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika dan moral bisnis Islami yang mencakup Husnul Khuluq. Pada derajat ini Allah akan melapangkan hatinya, dan akan membukakan pintu rezeki, dimana pintu rezeki akan terbuka dengan akhlak mulia tersebut, akhlak yang baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang etis dan moralis. Salah satu dari akhlak yang baik dalam bisnis Islam adalah kejujuran (QS: Al Ahzab;70-71).



“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar. Niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. dan Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar”.¹⁴

Sebagian dari makna kejujuran adalah seorang pengusaha senantiasa terbuka dan transparan dalam jual belinya. Dalam sebuah hadits diterangkan bahwa

¹⁴ Depag, *op.cit.*, h. 427

”Tetapkanlah kejujuran karena sesungguhnya kejujuran mengantarkan kepada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan mengantarkan kepada surga”.

Akhlaq yang lain adalah amanah, Islam menginginkan seorang pebisnis muslim mempunyai hati yang tanggap, dengan menjaganya dengan memenuhi hak-hak Allah dan manusia, serta menjaga muamalah nya dari unsur yang melampaui batas atau sia-sia. Seorang pebisnis muslim adalah sosok yang dapat dipercaya, sehingga ia tidak menzholimi kepercayaan yang diberikan kepadanya.¹⁵

Dalam sebuah Hadits diterangkan bahwa :

دَنَا أَحْمَدُ بْنُ سِنَانَ حَدَّثَنَا كَثِيرُ بْنُ هِشَامٍ حَدَّثَنَا كُلْثُومُ بْنُ جَوْشَنِ الْقَشِيرِيُّ عَنْ أَيُّوبَ
قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ التَّاجِرُ الْأَمِينُ الصَّدُوقُ الْمُسْلِمُ مَعَ الشَّهْدَاءِ
يَوْمَ الْقِيَامَةِ (رواه ابن ماجه)

"Telah menceritakan kepada kami Ahmad bin Sinan berkata, telah menceritakan kepada kami Katsir bin Hisyam berkata, telah menceritakan kepada kami Kultsum bin Jausyan Al Qusyairi dari Ayyub dari Nafi' dari Ibnu Umar ia berkata; "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Seorang pedagang yang dapat dipercaya, jujur dan muslim, maka kelak pada hari kiamat ia akan bersama para syuhada."¹⁶ (HR. Ibnu Majah)

Nabi Muhammad SAW tercatat dalam sejarah adalah pembawa kemaslahatan dan kebaikan yang tiada bandingan untuk seluruh umat manusia. Bagaimana tidak karena Rasulullah SAW telah membuka zaman baru dalam pembangunan peradaban dunia. Beliau adalah tokoh yang paling sukses dalam bidang agama (sebagai Rasul)

¹⁵ Mas Say Laros, *Etika Bisnis Dalam Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*, Artikel diakses pada 25 Mei 2012

¹⁶ Abu Abdillah Muhammad Bin Yazid Bin Majah Al-Qazwini, *Sunan Ibnu Majah*, (Beirut: Dar el-Marefah, 2005), Juz 3, h. 6

sekaligus dalam bidang duniawi (sebagai pemimpin negara dan peletak dasar peradaban Islam yang gemilang selama 1000 tahun berikutnya). Kesuksesan Rasulullah SAW dalam berbisnis tidak terlepas dari kejujuran yang mendarah daging dalam sosoknya.

Kejujuran itu telah diakui oleh penduduk Makkah sehingga beliau digelar Al Shiddiq. Selain itu, Muhammad SAW juga dikenal sangat teguh memegang kepercayaan (amanah) dan tidak pernah sekali-kali mengkhianati kepercayaan itu. Tidak heran jika beliau juga mendapat julukan Al Amin (Terpercaya). Menurut sejarah, telah tercatat bahwa Muhammad SAW melakukan lawatan bisnis ke luar negeri sebanyak 6 kali diantaranya ke Syam (Suriah), Bahrain, Yordania dan Yaman. Dalam semua lawatan bisnis, Muhammad selalu mendapatkan kesuksesan besar dan tidak pernah mendapatkan kerugian.

Berdasarkan prinsip-prinsip manajemen modern, Rasulullah SAW telah dengan sangat baik mengelola proses, transaksi, dan hubungan bisnis dengan seluruh elemen bisnis serta pihak yang terlihat di dalamnya. Seperti dikatakan oleh Prof. Aflazul Rahman dalam bukunya “Muhammad: A Trader” bahwa Rasulullah SAW adalah pebisnis yang jujur dan adil dalam membuat perjanjian bisnis. Ia tidak pernah membuat para pelanggannya mengeluh. Dia sering menjaga janjinya dan menyerahkan barang-barang yang dipesan dengan tepat waktu. Muhammad SAW pun senantiasa menunjukkan rasa tanggung jawab yang besar dan integritas yang tinggi dalam berbisnis. Dengan kata lain, beliau melaksanakan prinsip manajemen bisnis modern yaitu kepuasan pelanggan (customer satisfaction), pelayanan yang

unggul (service excellence), kemampuan, efisiensi, transparansi (kejujuran), persaingan yang sehat dan kompetitif. Dalam menjalankan bisnis, Muhammad SAW selalu melaksanakan prinsip kejujuran (transparansi). Ketika sedang berbisnis, beliau selalu jujur dalam menjelaskan keunggulan dan kelemahan produk yang dijualnya.¹⁷

Ternyata prinsip transparansi beliau itu menjadi pemasaran yang efektif untuk menarik para pelanggan. Beliau juga mencintai para pelanggannya seperti mencintai dirinya sehingga selalu melayani mereka dengan sepenuh hatinya (melakukan service excellence) dan selalu membuat mereka puas atas layanan beliau (melakukan prinsip customer satisfaction).

Dalam melakukan bisnisnya, Muhammad SAW tidak pernah mengambil margin keuntungan sangat tinggi seperti yang biasa dilakukan para pebisnis lainnya pada masanya. Beliau hanya mengambil margin keuntungan secukupnya saja dalam menjual produknya. Ternyata kiat mengambil margin keuntungan yang dilakukan beliau sangat efektif, semua barang yang dijualnya selalu laku dibeli Orang-orang lebih suka membeli barang-barang jualan Muhammad daripada pedagang lain karena bisa mendapatkan harga lebih murah dan berkualitas. Dalam hal ini, beliau melakukan prinsip persaingan sehat dan kompetitif yang mendorong bisnis semakin efisien dan efektif.

Boleh dikatakan Rasulullah SAW adalah pelopor bisnis yang berdasarkan prinsip kejujuran, transaksi bisnis yang adil dan sehat. Beliau juga tidak segan mensosialisasikan prinsip-prinsip bisnisnya dalam bentuk edukasi dan pernyataan

¹⁷<http://korananakindonesia.wordpress.com>

tegas kepada para pebisnis lainnya. Ketika menjadi kepala negara, Rasulullah SAW mentransformasikan prinsip-prinsip bisnisnya menjadi pokok-pokok hukum. Berdasarkan hal itu, beliau melakukan penegakan hukum pada para pebisnis yang nakal. Beliau pula yang memperkenalkan asas “Facta Sur Servanda” yang kita kenal sebagai asas utama dalam hukum perdata dan perjanjian. Di tangan para pihaklah terdapat kekuasaan tertinggi untuk melakukan transaksi bisnis yang dibangun atas dasar saling setuju. Adapun etika berbisnis Nabi Muhammad SAW antara lain :

1. Kejujuran. Dalam doktrin islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.
2. Keramahan. Seseorang pelaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis.
3. Sopan santun yang ditunjukkan oleh pemuda Muhammad dalam berdagang membuat kagum Maisarah.
4. Harga yang ditawarkan kepada pembeli sesuai dengan yang disepakati Siti Khadijah. Ia tidak mengambil untung diluar yang disepakati. Oleh karena itu, banyak pembeli yang terkesan dan tertarik cara berdagang beliau.¹⁸

¹⁸*Ibid.*

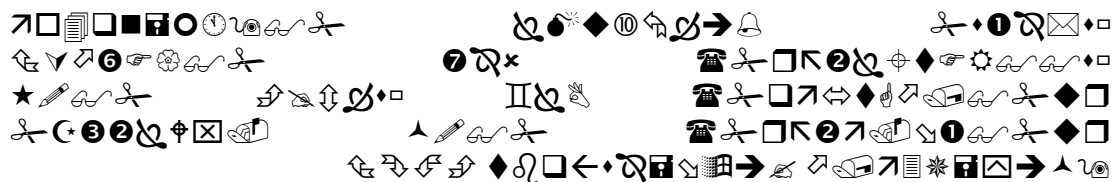
5. Melakukan jual-beli yang halal. Allah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba.
6. Melaksanakan keadilan. Allah menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis dan kegiatan lainnya.
7. Bekerja dengan baik.
8. Saling menolong dalam bisnis.
9. Tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad SAW sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis. Praktek sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau pemasaran. Namun, harus disadari, bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah.
10. Tidak boleh menjelekkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya.
11. Tidak melakukan ihtikar. Ihtikar ialah (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh). Rasulullah melarang keras perilaku bisnis semacam itu.
12. Takaran, ukuran dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan.
13. Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah.
14. Membayar upah sebelum kering keringat karyawan.

15. Bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan.

16. Bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba.¹⁹

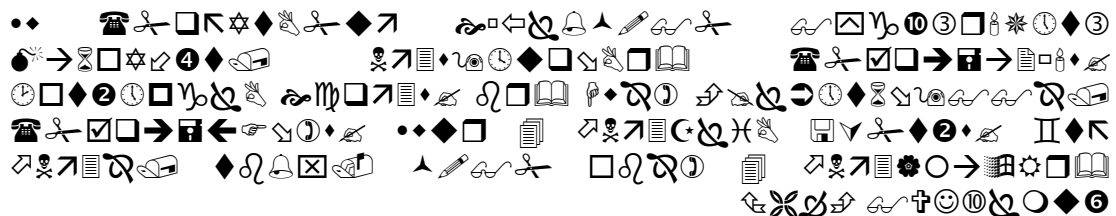
Aktivitas bisnis merupakan bagian integral dari wacana ekonomi. System ekonomi berangkat dari kesadaran tentang etika, sedangkan system ekonomi lain, seperti kapitalisme dan sosialisme, cenderung mengabaikan etika sehingga aspek nilai tidak begitu tampak dalam bangunan kedua sistem ekonomi tersebut.

Al-Qur'an sangat banyak mendorong manusia untuk melakukan bisnis. (Qs. Jumu'ah (62):10).



“Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.²⁰

Al-Qur'an juga memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang humoris, saling ridha, tidak ada unsur eksploitasi (Qs.An-Nisa'(4) :29).



¹⁹M. Suyanto, *Muhammad Business Startegy dan Ethics*, (Yogyakarta: C.V ANDI, 2008) h. 184-209

²⁰ Depag, *Op.Cit.*, h. 554

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.²¹

²¹*Ibid.* h. 83

BAB IV

SIKAP BERBISNIS PEDAGANG PASAR RAYA MALLINDO

TERHADAP CALON PEMBELI MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

A. Sikap Pedagang Pasar Raya Mallindo

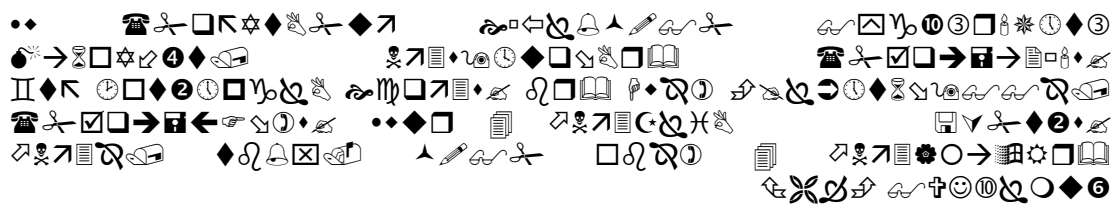
Etika adalah salah satu cabang filsafat yang mempelajari tingkah laku manusia, dalam menentukan baik buruknya perbuatan seseorang, maka yang menjadi tolak ukur adalah akal pikiran selain etika ada juga yang dapat menentukan suatu perbuatan baik atau buruk yaitu akhlak, namun dalam menentukan baik atau buruknya suatu perbuatan yang menjadi tolak ukur dalam akhlak yaitu Al-Quran dan As-sunnah.¹

Etika dan akhlak tidak bisa selalu berjalan seimbang, yaitu ketika akal pikiran seseorang mengatakan suatu perbuatan baik maka belum tentu dalam akhlak perbuatan tersebut dapat dinilai baik, karena yang menjadi tolak ukur baik atau buruk perbuatan di dalam akhlak adalah Al-Quran dan As-sunnah. Setiap perbuatan manusia tidak akan bisa terlepas dari penilaian etika atau akhlak, baik dalam kehidupan keluarga maupun masyarakat, baik di lakukan secara individu atau secara bersama-sama. Apalagi perbuatan yang dilakukan dalam melaksanakan transaksi jual beli.

Pasar Raya Mallindo merupakan salah satu pasar yang didalamnya terjadi sangat banyak transaksi jual beli dalam setiap harinya, baik dalam skala kecil maupun

¹ Asmaran As, *Pengantar Studi Akhlak*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002) Cet. Ke-3, h.7

besar. Sebagaimana mestinya dalam melakukan transaksi jual beli antara penjual dan pembeli hendaknya meminta kerelaan atau keridhaan masing-masing pihak untuk melepaskan hak miliknya. Sebagaimana yang diatur oleh Al-quran dalam Surah An-Nisa' ayat 29



“Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan harta sesama kamu dengan jalan batil kecuali dengan peniagaan yang berlaku suka sama suka (ridha) diantara kamu”.²

Ayat diatas menjelaskan dengan tegas bagi orang-orang yang melakukan perdagangan dan pembeli hendaknya mengetahui bahwa halalnya perdagangan adalah saling meridhai antara pembeli dan penjual. Allah SWT melarang hamba-Nya yang mukmin memakan harta sesamanya dengan jalan bathil, seperti penipuan, pemalsuan, menggunakan sumpah dan mencari keuntunganyang tidak sah serta melanggar syari'at seperti riba, perjudian dan yang sejenisnya.

Jual beli adalah salah satu perbuatan yang merupakan perwujudan dari sikap tolong menolong antar sesama manusia, yaitu tolong menolong dalam hal memenuhi kebutuhan masing-masing. Namun tidak selamanya perbuatan baik itu akan bernilai

² Depag, *loc. Cit.*

baik, ketika terjadi kecurangan, kebodohan dan hal-hal buruk lainnya maka perbuatan baik seseorang akan menjadi tidak baik bahkan dapat menzolimi salah satu pihak.

Setelah penulis memeriksa angket untuk mengetahui gambaran sikap pedagang Pasar Raya Mallindo, maka penulis memaparkan hasil jawaban tersebut dalam bentuk tabel. Lebih jelasnya dapat diperhatikan pada tabel di bawah ini:

TABEL III
KARYAWAN PASAR RAYA MALLINDO YANG MELAYANI PELANGGAN DENGAN SANTUN

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Sangat sering	13	65%
2	Sering	7	35%
3	Kadang-kadang	-	-
4	Tidak pernah	-	-
	Jumlah	20	100%

Sumber: Olahan Angket

Dari tabel diatas terlihat dari 20 responden yang menyatakan “sangat sering” sebesar (65%), sedangkan yang menyatakan “sering” sebesar (35%), yang menyatakan “jarang” tidak ada, yang menyatakan “tidak pernah” juga tidak ada. Berdasarkan kriteria penilaian yang ditetapkan maka dapat disimpulkan bahwa karyawan Pasar Raya Mallindo sudah melayani pelanggan dengan santun.

Setelah penulis mengamati lebih lanjut hal seperti di atas dilakukan oleh karyawan bertujuan agar pembeli yang datang merasa dihargai oleh karyawan dan

mau membeli barang-barang yang dijual sehingga mendapatkan keuntungan. Hal ini sesuai wawancara yang penulis lakukan dengan Risma salah seorang karyawan di Pasar Raya Mallindo, “ketika pembeli datang ingin membeli barang, kami menyapa pembeli dengan santun, supaya pembeli merasa nyaman untuk berbelanja”.³

Selain karyawan Pasar Raya Malindo bersikap santun terhadap pembeli, ada juga karyawan yang harus bersikap baik terhadap pembeli, yaitu karyawan harus senyum dalam melayani pembeli.

TABEL IV
KARYAWAN PASAR RAYA MALLINDO YANG MELAYANI PELANGGAN DENGAN SENYUM

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Sangat sering	4	20%
2	Sering	16	80%
3	Kadang-kadang	-	-
4	Tidak pernah	-	-
	Jumlah	20	100%

Sumber: Olahan Angket

Dari tabel diatas terlihat dari 20 responden yang menyatakan “sangat sering” sebesar (20%), sedangkan yang menyatakan “sering” sebesar (80%), yang menyatakan “jarang” sebesar (0%), yang menyatakan “tidak pernah” sebesar (0%).

³ Risma (karyawan Pasar Raya Mallindo), *Wawancara*, 09 Juli 2012

Berdasarkan kriteria penilaian yang ditetapkan maka dapat disimpulkan bahwa karyawan Pasar Raya Mallindo sudah melayani pelanggan dengan senyum.

Hal di atas diperkuat dengan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Rina, salah satu karyawan Pasar Raya Mallindo, ia mengatakan “dalam melayani pembeli kami harus dengan senyum, karna dengan senyum pembeli pasti merasa nyaman dan kami berharap bisa menjadi pelanggan yang setia, senyum adalah ibadah yang paling mudah dan murah. Maka tersenyumlah”.⁴

Sabar dan bertutur kata ramah merupakan salah satu prinsip moral beretika dalam Islam, untuk itu sebagai seorang pedagang sangat wajar jika mau bersabar dan bertutur kata ramah terhadap pelanggan.

TABEL V
KARYAWAN PASAR RAYA MALLINDO YANG SABAR TERHADAP
TINGKAH LAKU PELANGGAN

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Sangat sering	2	10%
2	Sering	15	75%
3	Kadang-kadang	3	15%
4	Tidak pernah	-	-
	Jumlah	20	100%

Sumber: Olahan Angket

⁴Rina (Karyawan Pasar Raya Mallindo) *Wawancara*, 09 Juli 2012

Dari tabel diatas terlihat dari 20 responden yang menyatakan “sangat sering” sebesar (10%), sedangkan yang menyatakan “sering” sebesar (75%), yang menyatakan “jarang” sebesar (15%), yang menyatakan “tidak pernah” sebesar (0%). Artinya bahwa sebagian besar karyawan Pasar Raya Mallindo sudah sabar terhadap tingkah laku pelanggan.

Hal ini sesuai dengan wawancara dengan pemilik Pasar Raya Mallindo yaitu Ibuk Adriati, ia mengatakan “saya sebagai penjual juga memiliki tujuan dalam berdagang, agar penjualan barang yang saya jual dapat terjual semua sehingga saya mendapatkan omset sesuai target saya. Terutama dengan sikap sabar, saya dapat bisa dengan mudah mewujudkan tujuan saya, dan pembeli merasa senang dengan pelayanan saya yang menerapkan sikap sabar”.⁵

Dalam prinsip moral sebagai etika (sikap) yang mencerminkan akhlak dari seseorang pedagang salah satunya adalah bertutur kata ramah terhadap pelanggan. Jadi seorang pedagang yang baik hendaknya bertutur kata ramah terhadap pelanggan, karena dengan tidak bertutur kata ramah akan sangat merugikan pihak pedagang, yaitu ketika seseorang pedagang tidak bertutur kata ramah terhadap pelanggan, maka pembeli merasa kalau pedagang tersebut sombong. Tidak bertutur kata ramah terhadap pelanggan adalah hal yang sangat buruk jika dilakukan oleh seorang pedagang.

⁵Ibuk Adriati (Pemilik Pasar Raya Mallindo), *Wawancara*, 09 Juli 2012

TABEL VI
KARYAWAN PASAR RAYA MALLINDO YANG BERTUTUR KATA
RAMAH TERHADAP PELANGGAN

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Sangat sering	5	25%
2	Sering	15	75%
3	Kadang-kadang	-	-
4	Tidak pernah	-	-
	Jumlah	20	100%

Sumber: Olahan Angket

Dari tabel diatas terlihat dari 20 responden yang menyatakan “sangat sering” sebesar (25%), sedangkan yang menyatakan “sering” sebesar (75%), yang menyatakan “jarang” sebesar (0%), yang menyatakan “tidak pernah” sebesar (0%). Ini berarti bahwa karyawan Pasar Raya Mallindo sudah bertutur kata ramah terhadap pelanggan.

Dalam berdagang kita harus memperhatikan sikap dan nilai-nilai yang diharapkan oleh pelanggan. Adapun yang dimaksud nilai-nilai yang diharapkan oleh pelanggan adalah menjaga kepercayaan, bersikap rasional dalam berbisnis, bekerja keras, tekun dan belajar dari pengalaman serta jujur. Untuk lebih jelasnya dapat diperhatikan pada tabel berikut:

TABEL VII
KARYAWAN PASAR RAYA MALLINDO YANG MENJAGA
KEPERCAYAAN PELANGGAN

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Sangat sering	11	55%
2	Sering	9	45%
3	Kadang-kadang	-	-
4	Tidak pernah	-	-
	Jumlah	20	100%

Sumber: Olahan Angket

Dari tabel diatas terlihat dari 20 responden yang menyatakan “sangat sering” sebesar (55%), sedangkan yang menyatakan “sering” sebesar (45%), yang menyatakan “jarang” sebesar (0%), yang menyatakan “tidak pernah” sebesar (0%). Artinya bahwa karyawan Pasar Raya Mallindo dalam berdagang sudah menjaga kepercayaan pelanggan.

Data ini diperkuat dengan wawancara yang penulis lakukan kepada salah satu karyawan Pasar Raya Mallindo Siti, Ia mengatakan “dalam menjaga kepercayaan pelanggan kami memberikan barang yang berkualitas baik, dan banyak disukai

pembeli, dan menyediakan stok barang yang lebih banyak sehingga tidak kehabisan”.⁶

B. TANGGAPAN KONSUMEN ATAU PEMBELI TERHADAP ETIKA PEDAGANG PASAR RAYA MALLINDO

Pembeli atau konsumen diambil dari istilah asing (inggris) yaitu consumer, dalam kamus bahasa Indonesia diartikan sebagai “seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu”. Ada juga yang mengartikan, setiap orang yang menggunakan barang atau jasa.⁷

Pembeli atau konsumen dibedakan menjadi dua yaitu konsumen sebagai orang alami atau pribadi dan konsumen sebagai perusahaan atau badan hukum. Perbedaan tersebut bertujuan untuk membedakan apakah konsumen tersebut menggunakan barang untuk keperluan dirinya sendiri atau bertujuan untuk komersial seperti dijual kembali ataupun untuk diproduksi.

Setiap perbuatan manusia yang berkaitan dengan orang lain akan menimbulkan hak dan kewajiban, begitu juga dengan jual beli. Kewajiban yang harus dipenuhi oleh pembeli adalah membayar harga pembelian pada waktu dan tempat yang ditetapkan dalam persetujuan. Jika pada waktu membuat persetujuan tidak ditetapkan hal-hal itu, pembeli harus membayar harga pembelian, maka penjual dapat menuntut pembatalan jual beli tersebut. Adapun hak dari seorang pembeli yang sudah menunaikan kewajiban adalah, menerima sejumlah barang yang dibeli pada saatnya

⁶Siti (Karyawan Pasar Raya Mallindo), *Wawancara*, 09 Juli 2012

⁷Qardawi Yusuf, *Halal dan Haram dalam Islam*, (Jakarta, PT Bina Ilmu, 1993).

dan menerima jaminan atas keadaan dan hak kepemilikan barang yang telah dibelinya.

Untuk mengetahui gambaran tanggapan konsumen terhadap perilaku pedagang Pasar Raya Mallindo dengan etika dagang dalam Islam, maka penulis memaparkan hasil jawaban tersebut dalam bentuk tabel. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel berikut ini :

TABEL VIII
TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP SIKAP KARYAWAN PASAR RAYA MALLINDO YANG MELAYANI PELANGGAN DENGAN SANTUN

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Sangat sering	-	0%
2	Sering	8	20%
3	Kadang-kadang	22	55%
4	Tidak pernah	10	25%
	Jumlah	40	100%

Sumber: Olahan Angket

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 40 responden 8 atau 20% menyatakan “sering” karyawan Pasar Raya Mallindo melayani pelanggan dengan santun, 22 atau 55% menyatakan “kadang-kadang” karyawan Pasar Raya Mallindo melayani pelanggan dengan santun, 10 atau 25% menyatakan “tidak pernah” karyawan Pasar Raya Mallindo melayani pelanggan dengan santun, sedangkan yang menyatakan “sangat sering” 0 atau 0%.

Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar karyawan Pasar Raya Mallindo melayani pelanggan kurang santun, hal ini terbukti dari sebagian besar jawaban responden 55%, menyatakan bahwa karyawan Pasar Raya Mallindo hanya kadang-kadang bersikap santun. Bahkan 10 orang (25 %) konsumen menyatakan bahwa karyawan melayani pelanggan dengan tidak santun. Walaupun masih terdapat karyawan Pasar Raya Mallindo yang melayani pelanggan dengan santun ini sesuai jawaban responden sebesar 8 orang atau 20%.

TABEL IX

TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP SIKAP KARYAWAN PASAR RAYA MALLINDO YANG MELAYANI PELANGGAN DENGAN SENYUM

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Sangat sering	6	15%
2	Sering	16	40%
3	Kadang-kadang	18	45%
4	Tidak pernah	-	0%
	Jumlah	40	100%

Sumber: Olahan Angket

Dari tabel diatas diketahui bahwa dari 40 responden 6 orang atau 15% menyatakan “sangat sering” pedagang Pasar Raya Mallindo melayani pelanggan dengan senyum, 16 orang atau 40% menyatakan “sering” pedagang Pasar Raya Mallindo melayani pelanggan dengan senyum, 18 orang atau 45% menyatakan

“kadang-kadang” pedagang Pasar Raya Mallindo melayani pelanggan dengan senyum, yang menyatakan “tidak pernah” 0 atau 0%.

Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar karyawan Pasar Raya Mallindo melayani pelanggan dengan senyum. Hal ini terbukti dari jawaban responden sebesar 15% yang menyatakan “sangat sering” dan 40% yang menyatakan “sering”, meskipun 45% konsumen menyatakan bahwa karyawan Pasar Raya Mallindo kadang-kadang saja melayani pelanggan dengan senyum.

Dalam melakukan perdagangan bermacam-macam cara dilakukan oleh para pedagang, dari cara yang paling baik sampai yang paling buruk seperti pedagang yang tidak bertutur kata ramah terhadap pembeli.

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan kepada salah satu pembeli di Pasar Raya Mallindo yaitu Yesti. Ia mengatakan “saya merasa kecewa dan tak puas karena pedagang Pasar Raya Mallindo tidak memberikan pelayanan yang ramah-tamah, mungkin seolah-olah saya berbelanja kesana tidak mempunyai uang. Padahal saya datang ke Pasar Raya Mallindo benar-benar ada yang ingin saya beli. Dengan sikap pelayanan yang acuh tak acuh memutuskan saya tidak jadi berbelanja”.⁸ Untuk lebih jelasnya lihat tabel tentang tanggapan pembeli dibawah ini:

⁸Yesti, (Pembeli), *wawancara*, Pasar Raya Mallindo: 4 Juni 2012

TABEL X
TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP SIKAP KARYAWAN PASAR
RAYA MALLINDO YANG BERTUTUR KATA RAMAH TERHADAP
PELANGGAN

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Sangat sering	7	17,5%
2	Sering	14	35%
3	Kadang-kadang	16	40%
4	Tidak pernah	3	7,5%
	Jumlah	40	100%

Sumber: Olahan Angket

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 40 responden 7 orang atau 17,5% menyatakan “sangat sering” karyawan Pasar Raya Mallindo melayani pelanggan dengan bertutur kata ramah terhadap pelanggannya, 14 orang atau 35% menyatakan “sering” karyawan Pasar Raya Mallindo melayani pelanggan dengan bertutur kata ramah, 16 orang atau 40% menyatakan “kadang-kadang” karyawan Pasar Raya Mallindo melayani pelanggan dengan bertutur kata ramah, 3 atau 7,5% menyatakan “tidak pernah” karyawan Pasar Raya Mallindo melayani pelanggan dengan bertutur kata ramah.

Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar karyawan Pasar Raya Mallindo sudah bertutur kata ramah terhadap pelanggan, hal ini terbukti dari jawaban responden sebesar 17,5% menyatakan sangat sering dan 35% menyatakan sering. Walaupun masih ada 40% konsumen yang menyatakan kadang-kadang saja bertutur kata ramah, dan 7,5% yang menyatakan tidak pernah.

Seperti halnya penulis melihat banyak terdapat karyawan Pasar Raya Mallindo yang sikapnya tidak memberikan kesan yang baik terhadap pembeli. Sehingga para pembeli tidak mendapatkan pelayanan yang memuaskan dan pembeli merasa tidak nyaman atas sikap yang diberikan oleh karyawan Pasar Raya Mallindo.

Melalui wawancara yang penulis lakukan kepada salah satu pembeli di Pasar Raya Mallindo yaitu Dian dan Iras. Dian mengatakan “saat saya berbelanja di Pasar Raya Mallindo dengan teman saya Iras, saya merasa diperlakukan tidak adil oleh pedagangnyanya. Di Pasar Raya Mallindo kami sama-sama berbelanja baju, namun yang lebih diperhatikan teman saya Iras, saya tidak diberitahu baju mana yang bahannya lebih bagus, sedangkan Iras selalu ditanya-tanya dan dikasih saran tentang kualitas barang. Padahal di Pasar Raya Mallindo saya benar-benar ingin membeli baju bukan sekedar melihat saja, di Pasar Raya Mallindo pedagangnyanya tidak hanya diam dan duduk santai. Akhirnya saya putuskan tidak jadi membeli baju, karena saya merasa di

perlakukan tidak adil oleh pedagangnya yang hanya lebih memperhatikan teman saya Iras”.⁹

TABEL XI
TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP KARYAWAN PASAR RAYA MALLINDO YANG MERASA DIPERLAKUKAN TIDAK ADIL OLEH PEDAGANG DALAM MELAYANI

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Pernah	15	37,5%
2	Tidak pernah	17	42,5%
3	Tidak tahu	8	20%
	Jumlah	40	100%

Sumber: Olahan Angket

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 40 responden 15 orang atau 37,5% menyatakan “pernah” karyawan Pasar Raya Mallindo memperlakukan pembeli dengan tidak adil, 19 orang atau 47,5% menyatakan “tidak pernah” karyawan Pasar Raya Mallindo memperlakukan pembeli dengan tidak adil, 6 orang atau 15% menyatakan “tidak tahu” bahwa karyawan Pasar Raya Mallindo memperlakukan pembeli dengan tidak adil.

⁹ Dian (Pembeli), *Wawancara*, Pasar Raya Mallindo: 4 Juni 2012

Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar karyawan Pasar Raya Mallindo “tidak pernah” memperlakukan pembeli dengan tidak adil, hal ini terbukti dengan 19 atau 47,5% pembeli menjawab pedagang Pasar Raya Mallindo “tidak pernah” memperlakukan pembeli dengan tidak adil, meskipun ada juga 15 atau 37,5% pembeli menjawab pedagang Pasar Raya Mallindo “pernah” memperlakukan pembeli dengan tidak adil, dan 6 atau 15% pembeli menjawab pedagang Pasar Raya Mallindo “tidak tahu” bahwa pedagang Pasar Raya Mallindo memperlakukan pembeli dengan tidak adil.

Dari wawancara yang dilakukan kepada salah satu pembeli di Pasar Raya Mallindo yaitu Elda. Elda mengatakan “saya ingin membeli tas di Pasar Raya Mallindo, tetapi saya tidak jadi membeli tas yang saya inginkan karena merasa tersinggung dengan cara yang ditawarkan oleh pedagang Pasar Raya Mallindo. Awalnya saya telah mendapatkan tas yang saya inginkan dengan harga Rp. 120.000, tiba-tiba sambil melihat tas yang lain terlihat oleh saya tas yang sama dengan yang saya inginkan pertama, namun dengan harga yang berbeda Rp. 216.000. Dengan spontan saya membawa kedua tas yang sama tersebut kepada pedagang dengan maksud ingin menanyakan mengapa harganya jauh beda sedangkan bentuk tasnya sama. Serasa tidak percaya dengan jawaban pedagang, dengan muka sinis dan acuh pedagang tersebut menjawab. Ya iyalah mbak, mau minta harga sama, lihat dululah kualitas barangnya jangan samakan kualitas biasa, tas yang satu ini kualitasnya

buatan korea, wajarlah harganya mahal, kalau mbak mau ambil, kalau tidak nggak apa”.¹⁰

TABEL XII

TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP SIKAP KARYAWAN PASAR RAYA MALLINDO YANG MEMBUAT KONSUMEN TERSINGGUNG

NO	ALTERNATIF JAWABAN	JUMLAH	PERSENTASE
1	Pernah	11	27,5%
2	Tidak pernah	26	65%
3	Tidak tahu	3	7,5%
	Jumlah	40	100%

Sumber: Olahan Angket

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 40 responden 11 orang atau 27,5% konsumen menyatakan “pernah” merasa tersinggung dengan kata-kata/perbuatan karyawan Pasar Raya Mallindo dalam menawarkan barangnya, 26 atau 65% menyatakan “tidak pernah” merasa tersinggung, dengan kata-kata/perbuatan pedagang Pasar Raya Mallindo dalam menawarkan barangnya, 3 atau

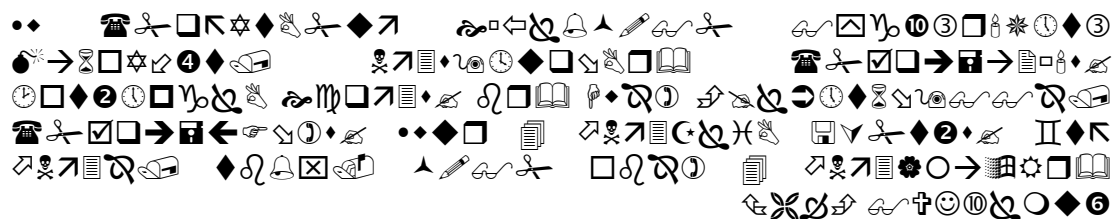
¹⁰ Elda (Pembeli), *Wawancara*, Pasar Raya Mallindo : 4 Juni 2012

7,5% menyatakan “tidak tahu” atau tidak merasa tersinggung, dengan kata-kata/perbuatan pedagang Pasar Raya Mallindo dalam menawarkan barangnya.

Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar karyawan Pasar Raya Mallindo dalam menawarkan barangnya “tidak pernah” membuat pembeli merasa tersinggung dengan kata-kata/perbuatan karyawan Pasar Raya Mallindo, hal ini terbukti dengan jawaban pembeli 26 orang atau 65%, walaupun ada juga 11 orang atau 27,5% pembeli menjawab karyawan Pasar Raya Mallindo “pernah” membuat pembeli merasa tersinggung dengan kata-kata/perbuatan karyawan Pasar Raya Mallindo, dan 3 orang atau 7,5% pembeli menjawab “tidak tahu”.

C. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Sikap Pedagang Pasar Raya Mallindo

Salah satu landasan yang sangat mendasar yang seharusnya dilakukan dalam berdagang adalah yang berasal dari Al-Qur'an pada surat An-Nisa ayat 29



“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.¹¹

Perampokan, pencurian, pemerasan, perampasan, sudah jelas merupakan tindakan memakan harta orang lain dengan cara bathil, yang dilakukan dengan jalan

¹¹ Depag, *op.cit.*, h. 83

terang-terangan. Namun tindak penyimpangan atau kecurangan dalam menimbang, menakar, mengukur barang dagangan, termasuk di dalamnya tidak sopan terhadap pembeli, tidak ramah terhadap pembeli, menjual barang diatas harga pasar, merupakan kejahatan yang dilakukan secara sembunyi-sembunyi. Sehingga para pedagang yang melakukan kecurangan tersebut, pada hakikatnya adalah juga pencuri, perampok, perampas, dan penjahat. Hanya mereka bersembunyi dibalik lambang keadilan yakni, timbangan, takaran dan ukuran yang mereka gunakan dalam perdagangan. Maka alangkah kejinya tindakan mereka itu. Sehingga wajar, jika Allah SWT dan Rasul-Nya mengharamkan perbuatan tersebut, dan wajar pula jika para pelakunya diancam Allah SWT akan menerima azab dan siksa yang pedih di akhirat kelak, sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَوَلَّيْتُمْ إِلَى الْمِيزَانِ فَاذْكُرُوا الْوَيْثَانَ الَّذِي كُنْتُمْ تُزِينُونَ ۖ إِذْ تَقُولُ لِلَّذِي أَتَاكَ مِنْ تَحْتِ الْمِيزَانِ آخِذْ بِالْمِيزَانِ ۖ أَلَمْ يَأْمُرْكَ اللَّهُ أَنْ تَبْلُغِ الْمِيزَانَ ۚ بَلْ أَنْتَ قَلِيلٌ مُدْرِكٌ ۚ فَاتَّقِ اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۝﴾

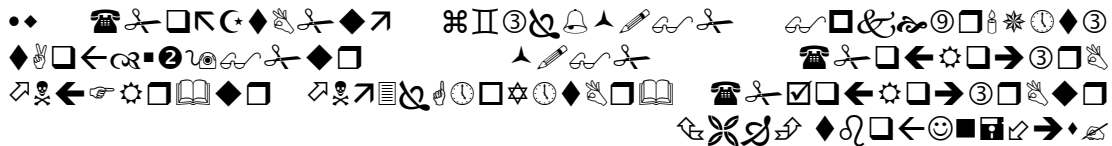
“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa Sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, Pada suatu hari yang besar, (yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam?”.¹²(Q.S At-Tatfif (83): 1-6)

Nabi telah memerintahkan umatnya untuk berlaku jujur dan menjaga hubungan baik dan ramah dengan pelanggan, karena di sinilah letak keberhasilan pedagang dalam melakukan jual-beli. Para praktisi bisnis mengakui kejujuran

¹² Depag, *op.cit.*, h. 588

merupakan suatu jaminan dan dasar bagi kegiatan jual-beli yang baik dan berjangka panjang.

Kejujuran sangat penting bagi seorang pengusaha muslim karena adanya kebutuhan untuk mendapatkan keuntungan dan godaan untuk memperbesar kemampuan produk atau jasa mereka selama puncak penjualan. Sebagaimana Firman Allah SWT dalam Surat Al-Anfaal ayat 27.



“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”.¹³

Islam sangat menghargai kejujuran dan melarang sikap khianat. Oleh sebab itu seorang muslim yang menjadi pelaku dalam perdagangan hendaknya taat pada janji dan amanat, serta dilarang berkhianat kepada siapapun.¹⁴

Setiap perbuatan yang dilakukan oleh seseorang dengan sadar akan memiliki nilai, yaitu bernilai baik dan buruk. Penilaian tersebut dapat berasal dari keluarga, teman, lingkungan masyarakat ataupun diri kita sendiri. Ajaran etika berpedoman bahwa kebaikan dari suatu perbuatan dapat dilihat pada sumbangannya untuk kebahagiaan hidup manusia dan untuk menilai baik atau buruknya suatu perbuatan berdasarkan besar kecilnya manfaat bagi kehidupan manusia.

¹³ Depag. *op.cit.*, h. 180

¹⁴ Muhandis Natadiwirya, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Granada Press, 2007), h. 59

Perkataan yang tidak sopan yang dapat menyebabkan orang tersinggung dan sakit hati adalah buah dari lisan atau lidah seseorang yang tidak pandai menggunakannya.

Pelaksanaan jual beli di Pasar Raya Mallindo merupakan kegiatan atau pekerjaan sehari-hari bagi para pedagang, karena Pasar Raya Mallindo merupakan salah satu tempat perbelanjaan yang beroperasi setiap hari, dari pagi hari sampai malam hari. Pada dasarnya perdagangan merupakan suatu perbuatan yang sangat mulia dan terpuji untuk dilakukan, karena dengan perdagangan seseorang dapat membantu orang lain dalam memenuhi kebutuhannya. Namun tidak selamanya perdagangan dapat bernilai baik dan mulia, yaitu ketika terjadi kecurangan, kebohongan, ketidakadilan dan penzaliman terhadap salah satu pihak maka perdagangan menjadi perbuatan buruk disisi Allah SWT maupun bagi manusia sebagai makhluk sosial.

Dalam penelitian yang penulis lakukan terhadap etika perdagangan Pasar Raya Mallindo banyak ditemukan karyawan yang menjalankan profesinya tidak sesuai dengan konsep etika perdagangan dalam Islam seperti adanya karyawan Pasar Raya Mallindo melayani pelanggan dengan tidak santun, tidak bersikap ramah, tidak sopan, bersikap tidak adil dan membuat konsumen merasa tersinggung.

Dalam pandangan Islam perdagangan merupakan aspek kehidupan yang di kelompokkan ke dalam masalah muamalah, yakni masalah yang berkenaan dengan hubungan manusia yang bersifat horizontal. Dengan kaidah fiqih diatas dapat

dijelaskan bahwa segala aktifitas manusia dalam hal bermuamalah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya pada dasarnya diperbolehkan atau mubah selama tidak ada dalil yang mengatakan haram. Sama halnya juga dengan perdagangan atau jual beli diperbolehkan dalam Islam. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surat Al-Baqarah ayat 198:

“Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu”.¹⁷

Salah satu hal yang harus dijadikan landasan dasar oleh para pedagang dalam melaksanakan profesinya adalah mengamalkan ajaran Islam bahwasanya kehidupan dunia merupakan jembatan untuk menuju kehidupan selanjutnya yang kekal abadi yakni kehidupan akhirat. Jika seorang pedagang benar-benar berpegang kepada prinsip ini seorang pedagang tidak akan melakukan kecurangan, penipuan dan hal-hal lain yang dapat menimbulkan dosa dalam perdagangan. Karena dengan prinsip ini seseorang mengetahui pertanggung jawaban terhadap apa yang dilakukan bukanlah hanya kepada manusia, pertanggungjawaban yang sebenarnya adalah pertanggungjawaban dihadapan Allah SWT. Sebagaimana diterangkan dalam Al-Qur'an surah Al-Zalzalah ayat 7 dan 8.

¹⁷ Depag, *op.cit.*, 31



“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula”.¹⁸

Dan firman Allah Surat An-Nahl ayat 97.



“Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam Keadaan beriman, Maka Sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik, dan Sesungguhnya akan Kami beri Balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan”.¹⁹

Dari keterangan diatas diketahui bahwa Etika perdagangan dalam Islam serta dikuatkan dengan dasar hukum melalui dalil-dalil yang ada. Maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa pengukuran penerapan etika bisnis dalam Islam yang dilakukan oleh pihak pedagang kepada pembeli menunjukkan bahwa belum semua pedagang menerapkan etika bisnis dalam Islam. Dalam artian bahwa etika jual-beli dalam Islam belum semua pedagang menerapkan dengan cukup baik tanpa mereka sadari dalam transaksi jual beli di Pasar Raya Mallindo. Permasalahan yang selalu timbul adalah terdapat sebagian pedagang yang bersikap tidak sopan, tidak bersikap ramah terhadap pembeli dan melayani secara tidak adil serta membuat konsumen merasa tersinggung.

¹⁸*Ibid.* h. 599

¹⁹*Ibid.* h. 278

Namun demikian masih ada sebagian pedagang Pasar Raya Mallindo melakukan perdagangan sesuai dengan prinsip etika perdagangan dalam Islam, yaitu terbuktinya dengan adanya pedagang yang melakukan perdagangan dengan melaksanakan prinsip-prinsip etika berdagang dalam Islam diantaranya yaitu, sopan, bersikap ramah tamah, dan melayani dengan adil.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pemaparan pembahasan diatas, dapat disimpulkan :

1. Etika (sikap) pedagang Pasar Raya Mallindo ternyata ada sebagian karyawan dalam melayani pembeli bersikap tidak sopan santun, tidak bertutur kata ramah terhadap pelanggan, dan bersikap tidak adil.
2. Tanggapan konsumen terhadap etika pedagang Pasar Raya Mallindo adalah masih ada karyawan yang tidak bersikap sopan santun, tidak bertutur kata ramah terhadap pelanggan, memperlakukan secara tidak adil dalam melayani pelanggan, dan pelanggan pernah merasa tersinggung dengan kata-kata/perbuatan pedagang Pasar Raya Mallindo dalam menawarkan barang dagangannya.
3. Dalam pandangan Ekonomi Islam, sikap sebagian karyawan yang tidak sopan santun, tidak bertutur kata ramah, dan memperlakukan secara tidak adil dalam melayani pelanggan serta membuat konsumen merasa tersinggung bertentangan dengan etika perdagangan dalam Islam.

B. Saran

Kepada para pedagang dalam melakukan usaha selalu ingat akan akhirat. Jadi setiap perbuatan yang berorientasi pada akhirat akan dijalankan sesuai dengan perintah agama dan bernilai ibadah disisi Allah SWT.

1. Kepada pembaca, semoga dapat menambah wawasan tentang etika perdagangan.

2. Kepada rekan-rekan Mahasiswa/I dan para pencinta pengembangan ilmu pengetahuan diharapkan hendaknya selalu meneruskan penelitian mengenai Etika (sikap) perdagangan.
3. Kepada rekan-rekan Mahasiswa/I dan para pencinta pengembangan Ilmu pengetahuan diharapkan hendaknya selalu meneruskan penelitian mengenai Etika (sikap) pedagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Abdillah Muhammad Bin Yazid Bin Majah Al-Qazwini, *Sunan Ibnu Majah*, (Beirut: Dar el-Marefah, 2005).
- Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011).
- Agus Sukrisno, *Etika Bisnis dan Profesi Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*. (Jakarta : Salemba Empat, 2009).
- Anderson Guntur Komenaung, komeguntur@yahoo.com
- Asmaran As, *Pengantar Studi Akhlak*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002)
- Badroen Faisal, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta : Kencana, 2007).
- Damin Ahmad, *Etika Ilmu Akhlak*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1993).
- Depag,. *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: PT. Syaamil Cipta Media, 2006).
- <http://www.scribd.com/doc/4685474/etika-bisnis-dalam-islam-agustianto>, diakses pada Tanggal 22 oktober 2011
- <http://korananakindonesia.wordpress.com>
- Ibnu Taimiyah, *siyasah syar'iyah*, Terj. Rofi Munawar, (Surabaya : Risalah Gusti, 1995).
- Istijanto Oei, *Rahasia Sukses Toko Tionghoa*, (Jakarta : Gramedia, 2008).
- Jhon T. Donohome, Jhon L. Esphorto, *pembaruan islam, Ensiklopedi Masalah-masalah*. Terj. Machun Husein, (Jakarta. Rajawali, 1984).
- Lijan Poltak Sinambela, *Pelayanan Publik*. (Jakarta : Bumi Aksara, 2007).
- Mas Say Laros, *Etika Bisnis Dalam Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*, Artikel diakses pada 25 Mei 2012.
- M. Suyanto, *Muhammad Business Startegy dan Ethics*, (Yogyakarta: C.V ANDI, 2008)
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2006).
- Muhammad, *Visi Al-Quran Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002).

- Qardawi Yusuf, *Halal dan Haram dalam Islam*, (Jakarta, PT Bina Ilmu, 1993).
- Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2004).
- Rivai Veithzal, *Kepemimpinan dan Prilaku Organisasi*. (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2003).
- Sukirno Sadono, *Pengantar Bisnis*. (Jakarta : Kencana, 2004).
- Swasono Sri-edo, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. (Jakarta : UIP, 1985).
- Tasmara Toto, *Membudayakan Etos Kerja Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2002).
- Umar Chapra, *Negara Sejahtera Menurut Islam*. Lihat Dalam The Welfare State and its role in The Economic di sunting oleh Khursyid Ahmad. (Leicester : The Islamic Foundation, 1979).
- Velasquez G. Manuel, *Etika Bisnis*. (Yogyakarta : ANDI, 2005).